

Assistentti 2020 -paneelikeskustelun suunnittelu, markkinointi ja toteutus

Tiia Puhakka

Opinnäytetyö
Johdon assistenttityön ja kielten
koulutusohjelma
2013



Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma

Tekijä tai tekijät Tiia Puhakka	Ryhmä tai aloitusvuosi 2009
Opinnäytetyön nimi Assistentti 2020 -paneelikeskustelun suunnittelu, markkinointi ja toteutus	Sivu- ja liitesivumäärä 35 + 15
Ohjaaja tai ohjaajat Mia-Maria Salmi	
<p>Assistentti 2020 -paneelikeskustelu oli osa Assistentti 2020 -tulevaisuusprojektia, jonka tarkoituksena oli luoda näkemyksiä tulevaisuuden assistentin erilaisista rooleista. Tarkoituksena oli myös vahvistaa HAAGA-HELIAN Johdon assistenttikoulutuksen edelläkävijän asemaa ja tuoda näkyvyyttä assistenttikoulutukselle.</p> <p>Tämän opinnäytetyön aiheena on Assistentti 2020 -paneelikeskustelun suunnittelu, markkinointi ja toteutus. Työ on laadittu toimeksiantona HAAGA-HELIAN Johdon assistentti- ja toimittajakoulutusyksikölle. Tapahtuma järjestettiin keskiviikkona 12.12.2012 klo 14 HAAGA-HELIAN Pasilan toimipisteessä.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja järjestää onnistunut tapahtuma sekä järjestelyjen että sisällön puolesta ja arvioida tavoitteiden toteutumista. Tapahtuman järjestämisen prosessi on pyritty kuvaamaan mahdollisimman kattavasti. Opinnäytetyö toteutettiin syksyn 2012 ja kevään 2013 aikana.</p> <p>Työ on luonteeltaan produktiivinen eli toiminnallinen opinnäytetyö. Raportoinnissa on käytetty vetoketjumallia, eli teoria ja sen soveltaminen etenevät rinnakkain.</p> <p>Työn teoreettisessa viitekehyksessä on käytetty suomen- ja englanninkielisiä tapahtuman järjestämiseen ja markkinointiin liittyvää lähdemateriaalia.</p> <p>Työn tavoitteet saavutettiin hyvin, vaikka yleisömäärä jäi odotettua pienemmäksi. Paneelikeskustelu synnytti aktiivista ja vuorovaikutuksellista keskustelua assistenttityön tulevaisuudesta yleisön ja panelistien välillä.</p>	
Asiasanat tapahtumamarkkinointi, tapahtumat, markkinointiviestintä	

Degree Programme for Multilingual Management Assistants

Author(s) Tiia Puhakka	Group or year of entry 2009
The title of thesis Planning, Marketing and Organizing an Event Case: The Assistant 2020 Panel Discussion	Number of report pages and attachment pages 35+15
Advisor(s) Mia-Maria Salmi	
<p>The Assistant 2020 Panel Discussion was a part of the Assistant 2020 Future Project, the purpose of which was to deal with views on the various roles of future assistants. Another purpose was to strengthen the pioneering role of the management assistant degree programmes at HAAGA-HELIA and to bring increased visibility to overall assistant education.</p> <p>The subject of this thesis is the planning, marketing and organizing of the Assistant 2020 Panel Discussion. The thesis is commissioned by HAAGA-HELIA's Management Assistant and Journalist Programme. The event was held on Wednesday the 12th of December 2012 at 2 p.m. at HAAGA-HELIA's Pasila campus.</p> <p>The objective was to plan and organize a successful event, regarding both arrangements and content, and to evaluate how well objectives were met. The process of organizing this event was intended to be depicted as comprehensively as possible. Thesis was carried out during fall 2012 and spring 2013.</p> <p>Thesis is product-oriented, i.e. functional in nature. The theoretical and empirical sections are combined in this work so that theory and its application work together.</p> <p>The theoretical part of the thesis consists of both Finnish and English source material related to event organizing and marketing.</p> <p>The objectives were achieved quite well, even though the audience was smaller than expected. The Assistant 2020 Panel Discussion generated both active and interactive discussion between the audience and panelists regarding the future of assistant work.</p>	
Key words event marketing, events, marketing communications	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Työn taustaa	1
1.2	Työn tavoitteet ja rajausta.....	2
1.3	Lähestymistapa.....	2
1.4	Työn rakenne	3
2	HAAGA-HELIA:n johdon assistenttityön koulutusohjelmat	5
2.1	Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma	5
2.2	Degree Programme for Multilingual Management Assistants	6
2.3	ASSIn ja MUBBAn brändit.....	6
3	Tapahtumamarkkinointi osana markkinointiviestintää	9
3.1	Eri tapahtumalajit	11
3.2	Tapahtumamarkkinoinnin viisi W:tä.....	13
3.3	Assistentti 2020-paneelikeskustelun markkinointi	16
4	Assistentti 2020-paneelikeskustelun suunnittelu	18
4.1	Projektiryhmä.....	18
4.2	Kutsut ja ilmoittautuminen	20
4.3	Muut valmistelut	21
5	Assistentti 2020 -paneelikeskustelun toteutus	23
5.1	Tapahtuman kulku	23
5.2	Ilmoittautumiset ja no show	24
5.3	Palautepalaveri	25
5.4	Purkuvaihe.....	25
6	Arviointi.....	27
6.1	Tapahtuman tavoitteiden saavuttaminen	27
6.2	Mitä olisi voitu tehdä paremmin?	28
6.3	Teorian osuvuus	29
6.4	Henkilökohtaiset tavoitteet	29
	Liitteet.....	36
	Liite 1. Sähköinen kutsu	36
	Liite 2. Painettu kutsu	38
	Liite 3. Nimikyltit	39

Liite 4. Valokuvia.....	40
Liite 5. Kutsuvieraslistaote aakkosjärjestyksessä	43
Liite 6. Minuuttiaikataulu	44
Liite 7. Ohjelmisivu.....	45
Liite 8. Muistio projektiryhmän kokouksesta	46

1 Johdanto

Tapahtumamarkkinoinnissa yrityksellä tai organisaatiolla on tunnettuuden kasvattamisen lisäksi mahdollisuus vaikuttaa ja muovata brandia sekä imagoa (Vallo & Häyrinen 2008, 20). Onnistuessaan tapahtumamarkkinoinnissa, voi yritys tai organisaatio luoda itsestään ja työntekijöistään mielikuvan, joka viestii sidosryhmille laadusta luoden positiivisen kuvan. Jos taas tapahtuman järjestelyt eivät toimi, sisältö ei vastaa tapahtuman viestiä tai jos kohderyhmää ei huomioda, voi tapahtumasta jäädä osallistujalle negatiivinen mielikuva. Jokainen tapahtuma vaikuttaa järjestävän organisaation maineeseen siis jollakin tavalla. (Vallo & Häyrinen 2008, 27.) Tilanteet, joissa yritys tai organisaatio kohtaavat sidosryhmänsä, ovat niin sanottuja totuuden hetkiä. Nämä kriittiset hetket ovat monesti vaativia ja haasteellisia, mutta onnistuessaan yritys tai organisaatio palkitaan sidosryhmän luottamuksella. (Vallo & Häyrinen 2008, 35.)

1.1 Työn taustaa

Tämän opinnäytetyön aiheena on Assistentti 2020 -paneelikeskustelun suunnittelu, markkinointi ja toteutus. Työ on tehty toimeksiantona HAAGA-HELIA:n Johdon assistentti- ja toimittajakoulutusyksikölle, ASTOLle. Assistentti 2020 -paneelikeskustelun yhtenä tavoitteena oli muodostaa uusia näkemyksiä assistenttien tulevaisuudesta ja luoda vuorovaikutteista keskustelua asiantuntijoiden sekä yleisön kesken. Toiveena oli myös saada tutkimustietoa alasta, jota on toistaiseksi tutkittu hyvin vähän. Paneelikeskustelu oli osa Assistentti 2020 -tulevaisuusprojektia. (Karjalainen, P. 9.4.2013; HAAGA-HELIA 2012a.)

HAAGA-HELIA:n Johdon assistentti- ja toimittajakoulutusyksikön Assistentti 2020 -tutkimusprojekti käynnistettiin tammikuussa 2012. Projektin perimmäisenä tarkoituksena oli luoda visioita tulevaisuuden assistentin erilaisista rooleista entistä monikulttuurisemmissa ja kansainvälisemmissä organisaatioissa. Tulevaisuuden muutosten hahmottaminen on tärkeää, jotta vastavalmistuneilla assistenteilla olisi riittävästi osaamista, tietoa ja taitoa työelämäänsä siirryttäessä. Tämän lisäksi projektilla pyrittiin vahvistamaan HAAGA-HELIA:n Johdon assistenttikoulutuksen edelläkävijän

asemaa ja tuoda lisää näkyvyyttä assistenttikoulutukselle. Projekti oli kokonaisuudessaan noin puolentoista vuoden mittainen ja siihen kuului muun muassa haastatteluja, verkkoaiivorihi, seminaareja, työpajoja sekä joulukuussa 2012 järjestetty paneelikeskustelu. Assistentti 2020 -tutkimusprojekti saatiin päätökseen keväällä 2013. Assistentti 2020 -projekti on yksi HAAGA-HELIA:n monista tutkimushankkeista. (Karjalainen, P. 9.4.2013; HAAGA-HELIA 2012a.)

1.2 Työn tavoitteet ja raja

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella, toteuttaa sekä markkinoida onnistuneesti joulukuussa 2012 järjestetty Assistentti 2020 -paneelikeskustelu yhdessä muun projektiryhmän kanssa. Työn konkreettisimpana tavoitteena oli saada onnistuneella markkinoinnilla paneelikeskustelun 273-paikkainen auditorio mahdollisimman täyteen.

Työn tarkoituksena on myös luoda mahdollisimman kattava kokonaisuus tapahtuman järjestämisprosessista. Näitä tietoja voidaan toivottavasti hyödyntää tulevaisuudessa samankaltaisten tilaisuuksien järjestämisessä.

Tämä työ keskittyy tilaisuuden suunnitteluun, toteutukseen, markkinointiin ja arviointiin. Opinnäytetyössä ei käsitellä paneelikeskustelun budjettia eikä Assistentti 2020 -tulevaisuusprojektia.

1.3 Lähestymistapa

Tässä kappaleessa lukijalle esitellään käytetyt menetelmät ja työtavat. Työssä on pyritty kuvaamaan tilaisuuden suunnitteluvaiheita, järjestelyjä sekä itse tilaisuuden toteutumista mahdollisimman monipuolisesti tilaisuuden järjestämistä käsittelevää teoriaa apuna käyttäen. Tilaisuus on toteutettu yhdessä muun projektiryhmän kanssa.

Tämä työ on toteutettu toiminnallisena eli produktiivisena opinnäytetyönä. Toiminnallisessa opinnäytetyössä on tarkoitus toteuttaa jokin käytännön työ eli produkti; tässä tapauksessa järjestää onnistunut tapahtuma (Vilka & Airaksinen 2003, 9).

Prosessin aikana on pidetty henkilökohtaista opinnäytetyöpäiväkirjaa kaikista tilaisuuden suunnitteluun ja järjestelyyn liittyvistä asioista tilaisuuden suunnittelun edetessä. Päiväkirjaan kirjattiin työn vaiheet mahdollisimman yksityiskohtaisesti liittäen mukaan myös omaa ideointia sekä muistiinpanoja ja tietoperustaa tapahtuma-markkinointia käsittelevistä teoksista. Päiväkirjan käyttö opinnäytetyön raportoinnin tukena oli hyvin oleellista, sillä prosessin ollessa niin pitkä ja suunnitelmien muuttuessa ja mukautuessa on vaikea hahmottaa ja muistaa kaikkia yksityiskohtia prosessin alkuvaiheesta. (Vilkka & Airaksinen 2003, 19.)

Työpäiväkirjan kirjoittaminen aloitettiin heti aiheen selvittyä ja sitä kirjoitettiin säännöllisesti ensimmäisestä opinnäytetyöhön liittyvästä tapaamisesta lähtien. Opinnäytetyöprosessin alkuvaiheessa keskityttiin työn toiminnalliseen osuuteen eli tilaisuuden suunnitteluun, markkinointiin ja työpäiväkirjan säännölliseen kirjoittamiseen. Tällöin oli mahdollista hyödyntää päiväkirjaa ja muita dokumentointeja varsinaisessa raporttiosassa.

Opinnäytetyötä varten on tehty myös kaksi konsultatiivista haastattelua. Haastateltavat olivat HAAGA-HELIA:n lehtori Mia-Maria Salmi ja Assistentti 2020 -tulevaisuus-projektin projektipäällikkö Päivi Karjalainen.

1.4 Työn rakenne

Koska työ on luonteeltaan produktiivinen eli toiminnallinen opinnäytetyö, ei työssä ole varsinaista tutkimuskysymystä tai -ongelmaa, vaan työ koostuu käytännön toteutuksesta ja sen raportointiosuudesta. (Vilkka & Airaksinen 2003, 30.) Työssä on käytetty niin sanottua vetoketjumallia. Vetoketjumallissa teoria ja sen soveltaminen etenevät yhtenäisesti, jolloin ensin lukijalle esitellään tarvittava tietoperusta, jonka jälkeen kerrotaan, miten tätä teoriaa on sovellettu käytäntöön. Vetoketjumalli sopii toiminnalliseen opinnäytetyöhön varsin hyvin, sillä kyseisessä mallissa raportoinnin tietoperusta ja tulokset etenevät vieretysten, helposti seurattavasti työn alusta arviointiin saakka. (HAAGA-HELIA 2012b.)

Opinnäytetyön teoreettisena viitekehyksenä on suomen- ja englanninkielistä tapahtumanjärjestämisen, tapahtumamarkkinoinnin ja markkinointiviestinnän kirjallisuutta. Tietoperustaa varten on pyritty valitsemaan monipuolisesti mahdollisimman luotettavia sekä tuoreita lähteitä. Tietoperustan tärkeimpänä osana ovat olleet painetut lähteet, mutta tämän ohessa on myös käytetty sähköisiä lähteitä.

Opinnäytetyö sisältää kuusi pääkappaletta. Työn alkukappaleessa käydään tiiviisti läpi työn tavoitteet, rajaukset sekä sen rakenne. Lisäksi kappaleessa pohjustetaan lyhyesti tapahtuman taustaa ja kerrotaan työn lähestymistavasta.

Toisessa luvussa kerrotaan opinnäytetyön toimeksiantajasta eli HAAGA-HELIAn Johdon assistentti- ja toimittajakoulutusyksiköstä ja assistenttikoulutusohjelmista sekä niiden brändistä.

Luvussa kolme avataan lukijalle tapahtumamarkkinoinnin teoriaa ja käydään läpi eri tapahtumalajeja. Lisäksi kappaleessa kerrotaan paneelikeskustelun markkinoinnista.

Neljännessä luvussa siirrytään paneelikeskustelun suunnitteluun. Luvussa kerrotaan myös projektiryhmän työskentelystä, kutsuista ja ilmoittautumisesta sekä muista valmisteluista.

Luvussa viisi käydään läpi paneelikeskustelun kulku tapahtumapäivänä. Alussa kerrotaan vieraiden saapumisesta, ilmoittautumisesta ja tapahtuman kulusta ja lopuksi käsitellään palautepalaveria.

Opinnäytetyön viimeisessä luvussa arvioidaan, kuinka tapahtuman järjestäminen onnistui. Viimeisessä luvussa analysoidaan myös itse opinnäytetyöprosessia ja omaa oppimista.

Opinnäytetyön lopussa on kahdeksan liitettä, joihin sisältyvät sekä painettu että sähköinen kutsu, nimikyltit, kutsuvieraslistaote, ohjelmasivu, minuuttiaikataulu, muistio projektiryhmän kokouksesta ja valokuvia tapahtumasta.

2 HAAGA-HELIA:n johdon assistenttityön koulutusohjelmat

Opinnäytetyön toimeksiantaja, HAAGA-HELIA:n Johdon assistentti- ja toimittajakoulutusyksikkö eli ASTO toimii Pasilan toimipisteessä. Yksikkö käsittää molemmat, sekä suomen- että englanninkielisen johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelmat ja journalismin koulutusohjelman (lyh. JOURA) opiskelijat. Journalismin koulutusohjelma on talouspainotteinen toimittajakoulutus. ASTO-yksikön johtajana toimii Salla Huttunen, joka toimi myös Assistentti 2020 -paneelikeskustelun puheenjohtajana. (HAAGA-HELIA 2012g; HAAGA-HELIA 2012h.)

HAAGA-HELIA:ssa on kaksi assistenttityön koulutusohjelmaa, joista toinen on suomenkielinen Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma ja toinen englanninkielinen Degree Programme for Multilingual Management Assistants (HAAGA-HELIA 2012e).

2.1 Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma

Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma eli ASSI on 3,5 vuoden mittainen ja 210 opintopisteen laajuinen ammattikorkeakoulututkinto, josta valmistutaan tradenomiksi. ASSI pitää sisällään perus- ja ammattiopintoja, vapaasti valittavia opintoja, 100 työpäivän mittaisen työharjoittelujakson sekä opinnäytetyön ja siihen liittyvän kypsyysnäytteen. Päiväopetuksena toteutettuun koulutusohjelmaan kuuluu kieli- ja viestintäopintoja, liiketoimintaa, tietotekniikkaa ja tietoasiantuntijuuden opintoja. (HAAGA-HELIA 2012c; HAAGA-HELIA 2012d; HAAGA-HELIA 2012e.)

Koulutusohjelmassa opiskelijat syventyvät yhteen vaihtoehtoisista ammattiopintojen erikoistumisalueista, joita ovat markkinointi, oikeus, laskentatoimi, organisaatiot, johtaminen ja henkilöstövoimavarat, tietoasiantuntijuus sekä yhteisöviestintä. Koulutusohjelma pyrkii luomaan opiskelijoille mahdollisimman hyvät lähtökohdat assistenttityön asiantuntijoiksi. (HAAGA-HELIA 2012c; HAAGA-HELIA 2012d.)

ASSI-koulutusohjelmaan kuuluu monipuolisesti kieliopintoja. Suomen kielen lisäksi opiskellaan englantia ja sen lisäksi ainakin kahta vaihtoehtoista kieltä. Valittavana on espanja, kiina, ranska, ruotsi, saksa ja venäjä. Suomen kielen ja muiden kielten alkeisopintojen lisäksi tutkintoon sisältyy vähintään 52 opintopistettä kieliä. (HAAGA-HELIA 2012f.)

2.2 Degree Programme for Multilingual Management Assistants

HAAGA-HELIA:n englanninkielinen assistenttityön koulutusohjelma on nimeltään Degree Programme for Multilingual Management Assistants eli MUBBA.

Tutkintonimike MUBBasta valmistuttuaan on Bachelor of Business Administration, lyhennettynä BBA. (HAAGA-HELIA 2012k.)

Koulutusohjelman rakenne on lähes samanlainen suomenkielisen assistentti-koulutuksen kanssa. Koulutusohjelmassa on laajasti kieliopintoja. Suomenkielisen MUBBA-opiskelijan tulee valita suomen ja englannin lisäksi vähintään kaksi vaihtoehtoista kieltä ja ulkomaisen opiskelijan tulee opiskella ainakin yhtä kieltä suomen ja englannin lisäksi. Kuten ASSI:ssakin, MUBBAssa opiskelijan tulee tehdä kieliprojekti valitsemastaan kielestä. (HAAGA-HELIA 2012l.)

2.3 ASSIn ja MUBBAN brändit

Kevään 2012 aikana HAAGA-HELIA:ssa toteutettiin ASSIn ja MUBBAN koulutusohjelmaprofilien kirkastamisprojekti. Projektissa molemmille assistentti-koulutusohjelmille määriteltiin brändi-identiteetit, joita sillä ei aikaisemmin ollut. Brändin määrittelyyn osallistui koko HAAGA-HELIA:n henkilökunta, opiskelijoita sekä työelämäkumppaneita. Projektissa selvitettiin muuan muassa ASSIn aloittavien opiskelijoiden mielikuvia koulutusohjelmasta sekä opettajien näkemyksiä ASSI- ja MUBBA-koulutusohjelmista. Projektiin kuului useita workshoppeja ja haastattelututkimuksia. (Salmi, M. 20.5.2013.)

Projektin tavoitteena oli löytää ne ydinsanat, jotka erottavat ASSIn ja MUBBAN muista kilpailevista koulutusohjelmista. Tavoitteina oli myös löytää näiden koulutusohjelmien vahvuudet. Brändin määritelmän kautta voidaan myös terävöittää viestintää. Brändien

määrittäminen on tärkeää, jotta ASSI ja MUBBA voivat lujittaa suhdettaan sekä nykyisiin että koulutusohjelmiin pyrkiviin opiskelijoihin, alumneihin ja työnantajiin sekä ammattijärjestöön. Tämä ASSIn ja MUBBAN profilien kirkastamisprojekti on yksi monista kehittämishankkeista, joita ASTOssa on viime aikoina tehty. (Salmi, M. 20.5.2013.)

Suomessa on olemassa ASSIn ja MUBBAN kanssa kilpailevia assistenttikoulutuksia, mutta ei kuitenkaan aivan vastaavanlaisia. Assistenttikoulutusta ei ole korkeakoulutasolla HAAGA-HELIAN lisäksi oikeastaan muualla kuin Belgiassa ja Espanjassa. Näissä maissa on samankaltaisia assistenttikoulutuksia, mutta ne eivät kuitenkaan ole ASSIa ja MUBBAa vastaavia. HAAGA-HELIAN assistenttikoulutusohjelma on siis ainutlaatuinen. (Salmi, M. 25.4.2013.)

Alla olevassa taulukossa on kuvattu HAAGA-HELIAN assistenttikoulutusohjelmien brändit.

Taulukko 1. ASSIn ja MUBBAN brändit

ASSIn ja MUBBAN brändit	
ASSI	MUBBA
Uniikki Aito osaaminen antaa ammatin Dynaaminen työelämäkumppani Kieli- ja kulttuuriosaaminen Moniosaaminen	Unique Multicultural Profession and practice oriented Easy-going & approachable Skilful

ASSIn brändi koostuu seuraavista osa-alueista: uniikki, aito osaaminen antaa ammatin, dynaaminen työelämäkumppani, kieli- ja kulttuuriosaaminen sekä moniosaaminen. ASSI on uniikki, koska se on ainoa laatuaan, maineikas ja laadukas sekä Suomessa että kansainvälisellä tasolla. ASSI antaa valmistuneelle oikean ammattinimikkeen ja koulutus

työllistää hyvin ASSIsta valmistuvat opiskelijat. Kieliopinnot ovat koulutusohjelmassa monipuolisia ja niitä opiskellaan yhdistettynä liiketoimintaopintoihin. ASSI valmistaa opiskelijansa moniosaajiksi ja opiskelija hallitsee laajasti eri osa-alueita, kuten viestintää, IT- ja liiketoimintaosaamista, koordinointia, priorisointia sekä muita projektityötaitoja. (HAAGA-HELIA m.)

MUBBAn brändiin kuuluu seuraavat kohdat: unique, multicultural, profession and practice oriented, easy going & approachable ja skilful. MUBBA on siis ASSIn lailla ainutlaatuinen, se on hyvin työllistävä ja valmistaa opiskelijansa moniosaajiksi eri osa-alueilla. Näiden lisäksi MUBBA on monikulttuurinen, joustava, avoin sekä rohkea. (HAAGA-HELIA m.)

3 Tapahtumamarkkinointi osana markkinointiviestintää

Loppuvuonna 2011 MTL Tapahtumatoimiston tekemän tutkimuksen mukaan markkinointiviestintäalan yritysten johto uskoo, että tapahtumamarkkinointi tulee kasvamaan lähivuosina. Tutkimuksessa ilmeni, että tapahtumamarkkinoinnilla on monia vahvuuksia; se pystyy vaikuttamaan henkilökohtaisella tasolla, sen avulla voidaan syventää asiakassuhteita ja tavoittaa oikeat kohderyhmät. (Markkinointi&Mainonta 2011.) Suomessa tapahtumamarkkinointi on vielä toistaiseksi melko pientä, muutaman kymmenen miljoonan euron luokkaa, mutta ala on kasvamaan päin (Kauppalehti 2012).

Tapahtuma on väliaikainen tilanne, jonka sisältö ja muut ominaisuudet ovat yleensä etukäteen tarkkaan suunniteltuja. Tapahtumalla on aina alku sekä loppu ja se on sidoksissa paikkaan, joka on ennalta määrätty. Tapahtuman sisältö on kuitenkin paikkaa tärkeämpi ja tapahtuma on lähes mahdoton toteuttaa identtisesti, vaikka paikka ja tapahtuman luonne olisikin sama. Tapahtuma on nimittäin aina sidoksissa niin tapahtuman osallistujiin kuin heidän odotuksiinsa, asenteisiinsa sekä tuntemuksiinsa, jotka eivät koskaan ole samanlaisia. (Getz 2012, 37.)

Tapahtumamarkkinointi tarkoittaa markkinointitoimenpiteitä, joissa asiakas ja muut yrityksen sidosryhmät tuodaan yhteen heitä varten järjestettävässä tapahtumassa (Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto). Markkinointikeinona tapahtuma on siis oivallinen keino vahvistaa ja ylläpitää asiakassuhteita (Bergström & Leppänen 2003, 397; Vallo & Häyrinen 2008, 22). Tapahtumamarkkinoinnin tulisi aina olla tavoitteellista, hyvin suunniteltua ja toteutettua ja siihen tulisi varata paljon aikaa sekä osaamista (Getz 2012, 285; Muhonen & Heikkinen 2003, 45).

Tapahtumamarkkinointi on vielä joiltain osin tuntematonta aluetta ja kaikki asiantuntijat eivät pidä tapahtumamarkkinointia samanarvoisena markkinoinnin keinona muiden markkinointivälineiden rinnalla. Näin ollen tapahtumamarkkinointia ei voida selkeästi sijoittaa mihinkään tiettyyn markkinointiviestinnän kategoriaan, koska asiantuntijoilla on siitä niin monta eri näkemystä ja se voikin vaikuttaa usealla eri osa-alueella. (Muhonen & Heikkinen 2003, 41-42.)

Tapahtumamarkkinoinnilla voidaan yhdistää markkinointi ja tapahtuma toiminnaksi, joka tavoitteellisesti tuo yhteen organisaation sekä sen kohderyhmät (Vallo & Häyrynen 2008, 19). Tällöin on mahdollista synnyttää vuorovaikutteisuutta osallistujien ja järjestäjän välillä, joka onkin välineenä henkilökohtaisempi muihin markkinointiviestintävälineisiin verrattuna (Vallo & Häyrynen 2008, 21-22). Tapahtumamarkkinointi on monipuolinen markkinointiviestinnän keino, sillä se voi toimia itsenäisesti, käyttää hyödykseen muita markkinointiviestinnän muotoja tai se voi toimia niiden välineenä (Muhonen & Heikkinen 2003, 75).

Markkinointiviestintä itsessään voidaan jakaa neljään eri muotoon: mainontaan, henkilökohtaiseen myyntityöhön, menekin- eli myynninedistämiseen sekä suhde- ja tiedotustoimintaan (Bergström & Leppänen 2003, 273-274; Vallo & Häyrynen 2008, 27). Fillin (2002, 15) mukaan markkinointiviestintään kuuluu näiden neljän edellä mainittujen muotojen lisäksi suoramarkkinointi. Muhonen & Heikkinen (2003, 76) puolestaan lisää näihin viiteen muotoon vielä sponsoroinnin sekä tapahtumamarkkinoinnin omana muotonaan.

Bergström & Leppäsen (2003, 396-397) mukaan tapahtumamarkkinointi on yksi myynnin- eli menekinedistämisen muodoista. Vallo & Häyrysen (2008, 27) mukaan tapahtumamarkkinointi on osana sekä henkilökohtaista myyntityötä, menekinedistämistä että suhde- ja tiedotustoimintaa. Fill (2002, 17) taas sijoittaa tapahtumamarkkinoinnin osaksi suhde- ja tiedotustoimintaa. Pelsmacker ym. (2010, 3-5) ja Muhonen & Heikkinen (2003, 76) näkevät tapahtumamarkkinoinnin omana, erillisenä markkinointiviestinnän muotona.

Alla olevassa taulukossa on verrattu viiden eri tapahtumamarkkinoinnin ammattilaisen näkemyksiä siitä, miten tapahtumamarkkinointi sijoittuu markkinointiviestintään.

Taulukko 2. Mitä on tapahtumamarkkinointi?

Mitä on tapahtumamarkkinointi?	
Bergström & Leppänen	Menekinedistämistä
Vallo & Häyrinen	Henkilökohtaista myyntityötä, menekinedistämistä, suhde- ja tiedotustoimintaa
Muhonen & Heikkinen	Oma markkinointiviestinnän muotonsa
Pelsmacker	Oma markkinointiviestinnän muotonsa
Fill	Suhde- ja tiedotustoimintaa

3.1 Eri tapahtumalajit

Tapahtuma voidaan luokitella pääsääntöisesti kolmeen eri tapahtumalajiin. Tapahtumat voidaan sisältönsä perusteella jaotella asiatapahtumiin, viihdetapahtumiin ja yhdistelmätaapahtumiin. (Vallo & Häyrinen 2008, 57.) Yhdistelmätaapahtumalla tarkoitetaan hovin ja hyödyn yhdistämistä järjestettävässä markkinointitapahtumassa. Tällöin esimerkiksi asiapitoisista tapahtumista, kuten messuista ja seminaareista, saadaan yhdistelmätaapahtuma päättämällä se vaikka vapaamuotoisella seurusteluosuudella. (Vallo & Häyrinen 2008, 196.) Assistentti 2020 -paneelikeskustelu oli alusta loppuun itse rakennettu ja toteutettu. Tapahtuma oli sisällöltään yhdistelmätaapahtuma, eli pääpaino tapahtumassa oli paneelikeskustelulla, mutta olennaista oli myös verkostoituminen ja assistenttien yhteen tuominen.

Asiatapahtumien ei tarvitse siis olla jäykähköjä kokouksia, vaan ne on mahdollista järjestää myös niin, että tapahtuma olisi osallistujalle pikemminkin pieni elämys arjen keskellä (Vallo & Häyrinen 2008, 58). Asiaohjelman ja viihteen määrän tulisi kuitenkin olla sopivassa suhteessa järjestettävän tilaisuuden teemaan ja ajankohtaan (Bergström & Leppänen 2003, 397). Oli tapahtuma sitten asiatapahtuma, viihdetapahtuma tai yhdistelmätaapahtuma, tulisi se aina suunnata kohderyhmälleen. Esimerkiksi asiatapahtuma tulisi suunnitella yleisölleen siten, ettei sisältö olisi liian helppo tai liian vaikea, vaan mahdollisimman mielenkiintoinen. Jotta tämä voidaan saavuttaa



optimaalisesti, olisi tapahtuman järjestäjällä oltava riittävästi tietämystä kohderyhmästä, sen tarpeista, toiveista ja kiinnostuksen kohteista. (Vallo & Häyrinen 2008, 194.)

Tapahtuma voidaan suunnitella ja toteuttaa neljällä eri tavalla. Se voidaan joko suunnitella ja rakentaa alusta loppuun oman organisaation sisällä, ostamalla koko tapahtuma ulkopuoliselta toteuttajalta tai ketjuttamalla. Ketjuttamisessa yksittäisiä, valmiita tapahtuman osia voidaan ostaa erillisiltä tapahtumantuottajilta ja liittää ne yhteen eheäksi kokonaisuudeksi. Yhtenä mahdollisuutena edellä mainittujen lisäksi on myös hyödyntää jotakin valmista kattotapahtumaa, jonka sisään rakennetaan oma tapahtumapaketti. Kattotapahtuma voi olla esimerkiksi konsertti tai urheilutapahtuma.

Itse rakennetussa, oman organisaation sisällä toteutetussa tapahtumassa kaikista osa-alueista ollaan itse vastuussa. Tällöin tapahtuman järjestäminen vaatii laajempaa työpanosta ja aktiivista sitoutumista. Tässä tapauksessa on oltava myös enemmän kokemusta sekä osaamista toteuttaa tapahtuma organisaation omilla resursseilla. Etuina itse rakennetuissa tapahtumissa on kuitenkin kustannustehokkuus ja mahdollisuus päättää itse tapahtuman luonne ja sisältö. (Vallo & Häyrinen 2008, 59-62.)

Alla olevassa taulukossa on kuvattu eri tapahtumalajit sisällön ja toteutustavan mukaan luokiteltuina.

Taulukko 3. Eri tapahtumalajit (Vallo & Häyrinen 2008, 57-62)

Eri tapahtumalajit	
Sisällön mukaan  Asiatapahtuma Viihdetapahtuma Yhdistelmätapapahtuma	Toteutustavan mukaan  Itse rakennettu tapahtuma Ostettu tapahtuma Ketjutettu tapahtuma Kattotapahtuman hyödyntäminen

3.2 Tapahtumamarkkinoinnin viisi W:tä

Tapahtuman onnistuminen on hyvin pitkälti riippuvainen sen oikeanlaisesta markkinoinnista, sillä se lisää tietoisuutta ja kiinnostusta tapahtumaa kohtaan. (Hoyle 2002, 30.) Tapahtuman markkinointia ei voida aloittaa täysin tyhjältä pöydältä, vaan on osattava jo jonkin verran hahmottaa järjestettävän tapahtuman raameja eli sisältöä ja haluttua viestiä.

Tapahtuman raameihin kuuluu olennaisesti strategiset kysymykset, kuten miksi tapahtuma järjestetään, mitä järjestetään ja millainen on kohderyhmä. Strategisten kysymysten lisäksi olisi pystyttävä vastaamaan operatiivisiin kysymyksiin, eli miten tapahtuma järjestetään, millainen on tapahtuman sisältö ja kuka toimii isäntänä. (Vallo & Häyrinen 2008, 93-96.) Myös ajanhallinta on erittäin tärkeää tapahtumia suunnitellessa, jotta tapahtuman raamit saadaan toteutettua suunnitelman ja aikataulun mukaisesti (Getz 2012, 285).

Markkinoinnin viisi W-kirjainta auttavat hahmottamaan onko tapahtuma soveltuva, toteuttamiskelpoinen ja kestävä ja ovatko tavoitteet realistisia. Jäljempänä on lueteltu nämä markkinoinnin viisi W-kirjainta, jotka tulevat englanninkielisistä kysymyssanoista ”why”, ”what”, ”whom”, ”where” ja ”when”. Nämä kysymykset ovat keskeinen lähtökohta, joka luo suuntaviivat, puitteet ja päämäärän tapahtuman suunnittelulle. Tapahtuman järjestäjän tulisi tarjota vastaus näihin kysymyksiin kaikissa ilmoitusmateriaaleissa, muun muassa kutsussa, jotta kohdeyleisöllekin on selvää, minkälainen tapahtuma on kyseessä. (Harju 2003, 8; Hoyle 2002, 33.)

”Why” eli miksi

Lähtökohtana tapahtumalle on aina sen tavoite, eli miksi tapahtuma järjestetään ja mihin sillä pyritään. Tapahtuman järjestämisen tulisi aina olla tavoitteellista ja tavoitteiden tulisi myös herättää yleisön mielenkiinto. Tavoitteiden tulisi olla selkeitä, jotta ne vetoaisivat ihmisten haluun saapua ja ottaa osaa tapahtumaan.

Assistentti 2020 -paneelikeskustelu kuului osana Assistentti 2020 -tulevaisuusprojektiin ja sillä haluttiin muodostaa uusia näkemyksiä assistenttityön tulevaisuudesta ja saada aikaan vuorovaikutteista ja aktiivista keskustelua.

”What” eli mitä

Minkälainen tapahtuma on kyseessä ja mitä sillä on tarjottavana osallistujilleen? Mikä on tapahtuman luonne? Onko siis tapahtuma jollain tavalla opettavainen ja informatiivinen vai onko sen tarjoituksena vain viihdyttää yleisöä? Tapahtuman viestiin voivat vaikuttaa esimerkiksi organisaation omat arvot ja toimintatavat. Joka tapauksessa tapahtuma tulisi esittää mahdollisimman houkuttelevana ja jännittävänä ja sen tulisi täyttää yleisön odotukset. Tapahtuman sisällön on oltava kiinnostava, koska se on kaiken keskipiste ja kaikki muu toiminta rakentuu sen ympärille. Ohjelmassa on hyvä keskittyä oleelliseen ja kaikki ylimääräinen sekä turha tulisi jättää pois.

Paneelikeskustelu oli sisällöltään informatiivinen ja asiapitoinen, mutta tapahtuman alussa VIP-vieraille oli järjestetty cocktail-tilaisuus ja tapahtuman jälkeen kaikille vieraille oli järjestetty vapaamuotoista keskustelua, verkostoitumista ja tarjoiluja.

”Where” eli missä

Tapahtuman sijainti on hyvin oleellinen tekijä, johon vaikuttaa muun muassa tilaisuuden luonne, vieraiden määrä ja alueen liikenneyhteydet. Järjestetäänkö tilaisuus kenties oman organisaation tiloissa vai vuokrapaikassa? Sijainti on hyvä päättää jo alkumetreillä myös siitäkin syystä, että tilavaraukset on syytä tehdä hyvissä ajoin, jotta kukaan muu ei ennätkään varata kohdetta, jossa tilaisuus on tarkoitus järjestää.

Tapahtuma järjestettiin HAAGA-HELIA:n omissa tiloissa Pasilan toimipisteessä. Varsinainen paneelikeskustelu järjestettiin auditoriossa, kutsuvierastilaisuus Fountain Park -tilassa ja kahvitarjoilu tapahtumatorilla.

”For whom” eli kenelle

Kohderyhmä on oltava tarkkaan määritelty. On siis tiedettävä, kenelle tapahtuma on tarkoitettu, eli ketkä ovat tapahtuman toivottua yleisöä, mitkä ovat heidän intressejään ja mitä he saavat osallistuessaan tapahtumaan.

Tapahtuman kohderyhmään kuului HAAGA-HELIAn sidosryhmien edustajia, yhteistyökumppaneita, assistentin tehtävissä toimivia henkilöitä sekä ASTO-yksikön opettajia ja opiskelijoita.

”When” eli milloin

Tapahtuman ajankohta on päätettävä hyvissä ajoin. Järjestetäänkö tapahtuma aamulla vai illalla, arkena vai viikonloppuna, kesällä vaiko talvella? Myös tapahtuman aloitus- ja päättymisajat ovat merkittäviä. Päällekkäisyydet on aina tärkeä tarkistaa, sillä jos samalle ajankohdalle osuu päällekkäinen tapahtuma, on mahdollista että siitä seuraa osanottajakato. Ajoitus on siis kaikki kaikessa.

Tapahtuman ajankohta oli tiedossa jo paneelikeskustelun suunnitteluvaiheeseen ryhtyessä. Paneelikeskustelu järjestettiin keskiviikkona 12 joulukuuta 2012 kello 14.

Taulukko 4. Tapahtumamarkkinoinnin viisi W:tä

Tapahtumamarkkinoinnin viisi W:tä				
Why	What	for Whom	Where	When
Miksi tapahtuma järjestetään? Mitkä ovat tapahtuman tavoitteet?	Minkälainen tapahtuma järjestetään? Mitä tapahtumalla on tarjottavana?	Kenelle tapahtuma järjestetään? Mikä on tapahtuman kohderyhmä?	Missä ja minkälaisessa paikassa tapahtuma järjestetään?	Milloin tapahtuma järjestetään? Kuinka kauan tapahtuma kestää?

Kun näihin markkinoinnin viiteen W-kirjaimen kohtiin osataan vastata, on tapahtuman perusrunko tiedossa ja voidaan aloittaa tapahtuman suunnittelu ja markkinointi.

(Campbell, Robinson, Brown & Race 2003, 61-62; Getz 2012, 43; Harju, L. 2003, 8-11; Hoyle 2002, 33-41; Iiskola-Kesonen 2004, 8-10; Markkinointi&Mainonta 2013.)

3.3 Assistentti 2020-paneelikeskustelun markkinointi

Paneelikeskustelun markkinointi aloitettiin noin kaksi kuukautta ennen itse tapahtumaa ja jo suunnittelun alkuvaiheessa oli selvää, ketä ihmisiä tavoitellaan tapahtuman yleisöksi. Paneelikeskustelua markkinoitiin HAAGA-HELIA:n sidosryhmille ja yhteistyökumppaneille sekä ASTO-yksikön henkilöstölle ja opiskelijoille. Markkinointia kohdistettiin hieman enemmän sidosryhmille ja yhteistyökumppaneille, sillä vaikkakin opiskelijoita haluttiin tapahtumaan yleisöksi, ei kuitenkaan haluttu, että opiskelijat ovat tapahtumassa enemmistönä.

HAAGA-HELIA:n sidosryhmille, kuten Henry ry:lle lähetettiin sähköinen kutsu ja sen ohkeen laitettiin pyyntö, jossa heitä kehoitettiin välittämään kutsua eteenpäin myös omille jäsenilleen. Sähköinen kutsu lähetettiin myös kaikille S&A 2012-päivien kävijöille sekä joukolle rekrytointikonsultteja, hr-asiantuntijoita ja assistenttikoulutuksen parissa työskenteleville henkilöille.

Suoramarkkinoinnilla tarkoitetaan mainoslähetystä, joka on kohdistettu suoraan vastaanottajalle. Suoramarkkinointi siis eroaa muusta mainonnasta sillä, että viestiä ei toimiteta toisen median kautta, vaan se lähetetään suoraan vastaanottajalle.

Suoramarkkinointivälineitä ovat esimerkiksi kirjeposti, sähköposti, tekstiviesti ja lentolehtinen eli flyer. Suoramarkkinoinnilla on selkeitä hyötyjä, se on hyvin taloudellinen ja nopea tapa tavoittaa useita ihmisiä henkilökohtaisella tasolla.

Osoitteellinen suoramainonta tarkoittaa sitä, että ainakin vastaanottajan yhteystiedot tiedetään. Osoitteellista suoramainontaa käytetään usein juuri kohdistetussa markkinoinnissa, esimerkiksi B-to-B -markkinoinnissa. (Suomen mediaopas.)

Haasteena suoramarkkinoinnissa on sähköpostiviestin sekoittuminen roskapostiin, eli niin sanottuihin spam-viesteihin. Asiakastietorekisterien on myös oltava ajan tasalla, jotta suoramainontaviestit osataan kohdistaa oikealle kohderyhmälle. (Suomen mediaopas.) Suoraan asiakkaalle lähetetty mainosposti on tehokas ja edullinen tapa vain silloin, kun osoitelistat ovat ajan tasalla (Hoyle 2002, 105). Assistentti 2020 - paneelikeskustelun kutsut lähetettiin käyttämällä osoitteellista suoramainontaa.

Sähköpostitse tapahtumaan kutsuttavien tiedot ja osoitteet poimittiin HAAGA-HELIA:n olemassaolevista osoitetietolistoista.

HAAGA-HELIA:n internetsivuille luotiin tapahtumaa mainostava banneri viestintäpäällikkö Ari Nevalaisen kanssa. Display-mainonnalla, eli puhekielessä bannereilla tarkoitetaan internetsivustoilla, mobiililaitteissa ja tableteissa olevia ilmoituksia (Järvilehto 2009, 103). Banneria klikkaamalla pääsi intranetissa sijaitsevalle sivustolle, jossa oli tapahtuman ohjelma ja tietoa panelisteista (liite 7). Sivustolla oli myös linkki eTaika-ilmoittautumissivustolle sekä yhteystiedot mahdollisia lisätietoja tarvitseville. (HAAGA-HELIA 2012i.)

4 Assistentti 2020-paneelikeskustelun suunnittelu

Tapahtuman huolellinen suunnittelu on hyvin tärkeää tapahtuman onnistumisen ja toimivuuden kannalta. Onnistuneen tapahtuman taustalla on aina huolellinen suunnittelu. Tapahtuma pitää sisällään paljon pieniä yksityiskohtia ja pienimmiltäkin tuntuvat seikat tulisi aina hoitaa huolellisesti. Suunnittelu tulisi aina aloittaa hyvissä ajoin ja sen eteen on nähtävä joskus hyvinkin paljon vaivaa. (Getz 2012, 285; Shone & Parry 2004, 81.) Yleisesti kuitenkin tapahtumien järjestämiseen käytetään liian vähän aikaa ja tapahtumatoimistoilta saatetaan tilata yritystilaisuuksia vain muutamien viikkojen varoitusajalla. Tämä voi tuottaa ongelmia tapahtuman järjestäjälle, joten tapahtumat olisi syytä tilata ja järjestää aina hyvissä ajoin. (Kauppalehti 2010.)

Esimerkiksi Vallo & Häyrisen (2008, 147) mukaan koko prosessi aina tapahtuman suunnittelusta jälkimarkkinointiin asti vaatii, tietenkin tapahtumasta riippuen, minimissään kaksi kuukautta. Tämä silläkin olettamuksella, että kaikki sujuu suunnitelmallisesti sekä jouhevasti, sillä muuten toteutuksesta tai tapahtuman laadusta saatetaan joutua tinkimään. (Vallo & Häyrisen 2008, 147.) Tämän vuoksi joulukuisen Assistentti 2020 -paneelikeskustelun aktiivinen suunnittelu aloitettiin jo elokuussa 2012.

Suunnittelun alkuvaiheessa luotiin raamit tapahtumalle. Jo alkumetreillä päätettiin panelistit ja tapahtuman ajankohta. Aivan alussa päätettiin myös, että tapahtuma on täysin maksuton kaikille osallistujille, sillä paneelikeskustelut ovat yleensä maksuttomia tapahtumia. Alussa määriteltiin myös tavoitteet tapahtumalle sekä sen luonne.

4.1 Projektiryhmä

Projektiryhmän koko riippuu täysin tapahtuman tavoitteista ja kokoluokasta. Projektiryhmällä olisi aina hyvä olla projektipäällikkö tai henkilö, joka toimii vastuuhenkilönä projektissa. (Vallo & Häyrisen 2008, 212-213.) Assistentti 2020 -paneelikeskustelu suunniteltiin ja toteutettiin oman organisaation sisällä projektiryhmän kesken. Tapahtuman järjestämisen projektipäällikkönä toimi HAAGA-HELIAn johdon assistentti Irmeli Liukko. Yhdeksänhenkinen projektiryhmä koostui projektin

vetäjästä, Yritystilaisuuden järjestäminen -opintojakson oppilaista sekä kahdesta opinnäytetyön tekijästä.

Projektiryhmä tapasi säännöllisesti useaan otteeseen syksyn mittaan. Aluksi tapaaminen järjestettiin muutaman kerran kuukaudessa ja lokakuusta alkaen kahden tunnin mittaisia kokouksia oli säännöllisesti kerran viikossa. Tapaamisissa kaikki projektiryhmän jäsenet saivat ajankohtaisen katsauksen sen hetkiseen tilanteeseen ja näin ollen pysyivät ajan tasalla tapahtuman suunnitteluun liittyvistä seikoista.

Jokaista tapaamista varten tehtiin asialista ja kokouksista luotiin muistio (liite 8), josta pystyi kätevästi tarkistamaan edellisissä tapaamisissa sovitut ja käsitellyt asiat. Projektiryhmän jäseniä ollessa monia, on tärkeää jakaa aktiivisesti tietoa ja pitää kaikki ryhmän jäsenet ajan tasalla. (Vallo & Häyrynen 2008, 212-213.) Aivan kaikki kokousmuistioihin merkatut asiat eivät pitäneet paikkaansa, vaan suunnitelmia muokattiin sopivimmiksi suunnittelun edetessä. Esimerkiksi liitteenä olevassa muistiossa on sanottu, että panelisteille annetaan kiitoslahjaksi osallistumisestaan kaksi kynttilänjalkaa. Loppujen lopuksi päädyttiin antamaan HAAGA-HELIA:n sinivihreät lasilautaset. Muistioon on myös kirjattu eri henkilö tapahtuman valokuvaajana, kuin kuka loppujen lopuksi kuvasi tapahtuman.

Tilaisuuden suunnitteluun liittyy aina paljon erilaisia käytännön seikkoja, jotka tulee ottaa huomioon. Vallo & Häyrysen (2008, 212) mukaan varsinkin suuremmissa tapahtumissa vastuut ja työtehtävät kannattaa jakaa osiin, jotta projekti etenee ja työt jakautuvat tasaisesti. Työt pyrittiin jakamaan mahdollisimman tasaisesti ryhmän jäsenten kesken. Ensimmäisten tapaamisten jälkeen tehtiin vastuualuetaulukko, johon päivitettiin jokaisen jäsenen tehtävät ja vastuualueet tilaisuuden suunnitteluvaiheessa ja itse tilaisuuden aikana. Tapahtumapäivää varten tehtiin minuuttiaikataulu (liite 6), josta pystyi seuraamaan tarkkaan tilaisuuden kulkua ja vastuualueita ja näin ollen jokainen tiesi, mitä tehdä ja milloin.

4.2 Kutsut ja ilmoittautuminen

Kutsun tulisi olla sekä sisällöllisesti että ulkoasultaan houkutteleva, jotta se puhuttelisi vastaanottajaa ja herättäisi tämän halun osallistua tapahtumaan. Kutsu on siis ikään kuin esite tulevasta tapahtumasta, eli lupaus, jonka perusteella kutsun vastaanottaja muodostaa ensimmäiset mielikuvansa tapahtumasta. (Vallo & Häyrinen 2008, 120.) Tilaisuutta varten suunniteltiin sekä sähköinen kutsu (liite 1) että painettu kutsu (liite 2). Sähköisen kutsun suunnitteli tämän opinnäytetyön tekijä ja painetun kutsun suunnittelusta vastasi projektissa mukana ollut toinen opinnäytetyön tekijä. Kutsut lähetettiin painoon markkinointikoordinaattori Tommi Lalun toimesta ja niitä painettiin noin 50 kappaletta. Painosta tultuaan kutsut laitettiin kirjekuoriin, jotka olivat helmeilevän kullan väriset ja niihin kirjoitettiin osoitetiedot käsin, jotta kutsu olisi henkilökohtaisempi. Kutsut lähetettiin postitse kutsuvieraille marraskuun alussa, eli reilu kuukausi ennen tapahtumaa.

Sekä painettu että sähköinen kutsu, olivat molemmat ulkoasultaan yhteneviä. Kutsuista kävi ilmi tilaisuuden luonne, tarkka ajankohta, sijainti sekä ohjelma. Kaikille kutsuvieraille lähetettiin painettu kutsu postitse. Muille paneelikeskusteluun kutsuttaville, eli HAAGA-HELIAn sidosryhmille ja yhteistyökumppaneille, sekä ASTOn henkilökunnalle ja opiskelijoille lähetettiin sähköinen kutsu.

Kutsuvierastilaisuuteen kutsuttiin noin 50 henkilöä, ja heihin lukeutui henkilöitä muun muassa seuraavista sidosryhmistä: HSO-säätiöstä, Assistenttikoulutuksen neuvottelukunnasta, HSOY ry:stä, Aito HSO ry:stä, EUMA Finlandista, Sihteeriyhdistyksestä, S&A-lehdestä, Fountain Park Oy:stä sekä Toimistosisseistä. Paneelitilaisuuden vieraisiin kuului edellämainittujen kutsuvieraiden lisäksi HAAGA-HELIAn yhteistyökumppaneita ja sidosryhmien edustajia, johdon assistentin tehtävissä toimivia henkilöitä sekä HAAGA-HELIAn ASTO-yksikön opettajia ja muutamia opiskelijoita.

Sidosryhmiä ja yhteistyökumppaneita pyydettiin lähettämään kutsua eteenpäin organisaation sisällä ja omille jäsenilleen. Sähköinen kutsu lähetettiin myös muutama kuukausi aikaisemmin järjestettyjen S&A-messujen osallistujille. Sähköisen kutsun

lopussa oli linkki ilmoittautumiseen eTaika-tapahtumahallintaohjelmistossa. Ilmoittauduttuaan tapahtumaan, eTaika lähetti osallistujalle sähköpostitse automaattisen vahvistusviestin.

4.3 Muut valmistelut

Yhteneväisyyden luomiseksi tapahtumissa käytetään monesti joko yrityksen tai tapahtuman logon värejä (Harju 2003, 13). Tilaisuuden järjestäjien sovittiin pukeutuvan yhteneviin, tummiin asuihin ja vaaleanvihreisiin huiveihin, jotka olivat samaa vihreän sävyä kuin Assistentti 2020 -projektin logossa sekä HAAGA-HELIA:n logossa. Järjestäjät laittoivat rinnuksiinsa myös HAAGA-HELIA:n pinssit. Yhtenevällä vaatetuksella myös pyrittiin erottautumaan ja näkymään paremmin tilaisuuden vieraille.

Muutama päivä ennen itse tilaisuutta koko projektiryhmä kävi läpi auditorion laitteistoa Helpdeskin henkilöstön opastuksella. Näin ollen kaikki ryhmän jäsenet hallitsivat AV-järjestelmän sekä muiden laitteiden käytön, jos tilaisuudessa jokin laite ei olisi toiminut suunnitelmien mukaan. Auditoriossa tapahtuman aikana oli käytössä useita tietokoneita, projektori, mikrofoneja sekä viestiseinä.

Panelistien tiedettiin tulevan tapahtumapaikalle omilla autoillaan, joten täytyi varmistua siitä, että he löytävät parkkipaikan lähistöltä. Näin ollen heille oli syytä laittaa ajo-ohjeet ja maininta paikoitusmahdollisuuksista. (Vallo & Häyrinen 2008, 166.) Panelisteille lähetettiin hyvissä ajoin ennen tilaisuutta ajo-ohjeet ja sijainnit Pasilan alueella sijaitsevista parkkipaikoista, jotta heidän saapumisensa sujuisi mahdollisimman helposti ja vaivattomasti.

Panelisteille annettiin kiitokseksi paneeliin osallistumisestaan HAAGA-HELIA:n lasilautaset sekä kukkakimput. Kiitoskukat tilattiin tapahtumaa edeltävällä viikolla. Vaikka kukat oltiin tilattu hyvissä ajoin ennen tapahtuman ajankohtaa, jäi kukkakaupan virheen vuoksi yksi kimppu toimittamatta. Reagoimme tilanteeseen nopeasti tilaamalla korvaavan kimpun, joka ehtikin saapua ajoissa ennen kukitusta.

Opasteita on oltava niin, että vieraat löytävät helposti perille eri tapahtumatiloihin (Harju 2003, 13.) Rakennuksen ulko-oveen sekä auditorion läheisyyteen, aulaan ja tapahtumatorille tehtiin opastekylttejä. Lisäksi auditorioon tehtiin isot nimikyltit osoittamaan kutsuvieraille ja panelisteille varatut istumapaikat.

Sekä kutsuvierastilaisuuden että paneelin jälkeisen kahvitilaisuuden tarjoiluista, pöytäliinoista, panelistien juomavesistä ja Fountain Park-tilan sekä tapahtumatorin koristeluista vastasi Amican Helia-Bistro.

Nimikylttikotelot tilattiin hyvissä ajoin ja niihin laitettavia nimikylttejä alettiin tekemään noin viikkoa ennen tilaisuutta, kun vieraat olivat vahvistaneet osallistumisensa. Kaikille paneelin vieraille tehtiin nimikyltit, mutta paneelin järjestäjille ja muille vieraille kyltit tehtiin eri väreillä, jotta ne erottuisivat paremmin muusta joukosta. Nimikyltissä luki henkilön nimi ja organisaatio sekä siinä oli Assistentti 2020 -projektin logo (liite 3).

Tapahtuman valokuvaamisesta vastasi HAAGA-HELIAn julkaisukoordinaattori Katriina Kodisoja ja videomateriaalia tutkimustarkoitukseen kuvasi Akseli Lamminmäki.

5 Assistentti 2020 -paneelikeskustelun toteutus

Assistentti 2020 -paneelikeskustelu järjestettiin keskiviikkona 12.12.2012 HAAGA-HELIAn Pasilan toimipisteessä, osoitteessa Ratapihantie 13. Tapahtuma koostui kahdesta osasta: kutsuvierastilaisuudesta klo 13.30–14.00 ja itse paneelitalaisuudesta klo 14.00–16.00. Paneeli oli yksi osa Assistentti 2020 -tulevaisuusprojektia. Paneeli-keskustelun tarkoituksena oli synnyttää vuorovaikutuksellista keskustelua tulevaisuuden assistentin rooleista panelistien johdatuksella.

5.1 Tapahtuman kulku

Vieraiden saapuessa tapahtumapaikalle, he jättivät päällysvaatteensa oven vieressä sijaitsevaan valvottuun narikkaan. Narikan vieressä oli ilmoittautumispiste, jossa osallistujille jaettiin nimikyltit. Nämä asiat saivat tapahtuman tuntumaan ryhdikkäältä ja suunnitellulta. Nimikorttien käyttäminen myös helpotti small talkia. (Vallo & Häyrinen 2008, 163-164.) Ilmoittautumisen jälkeen yleisö ohjattiin auditorioon, jossa oli erikseen istumavaraukset kutsuvieraille, panelisteille ja järjestäjille.

Kutsuvieraat ja panelistit saapuivat kello 13.30, eli puolta tuntia ennen muuta yleisöä cocktail-tilaisuuteen, joka järjestettiin auditorion viereisessä Fountain Park-tilassa. Kutsuvierastilaisuuden alussa vararehtori Lauri Tuomi piti tervetuliaispuheen. Tämän jälkeen cocktailtilaisuudessa oli tarjolla pientä suolaista ja makeaa sormisyötävää. Tarjolla oli lohiruisnappeja, porotuulihattuja, kasviscocktailpaloja, mansikkatuulihattuja, sekä juomana kuohuvaa kuusenkerkkäjuomaa. Tarjoilut saivat osallistujilta paljon kehuja osakseen.

Cocktail-tilaisuuden jälkeen kutsuvieraat siirtyivät auditorioon, jossa alkoi päätapahtuma eli paneelikeskustelu. Tilaisuuden puheenjohtajana toimi HAAGA-HELIAn Johdon assistentti- ja toimittajakoulutusyksikön johtaja Salla Huttunen, joka alusti tilaisuuden ja pohjusti hieman projektin taustaa. Tämän jälkeen HSO-säätiön hallituksen puheenjohtaja Markku Koponen jakoi HSO Reward 2012 -tunnustus-palkinnon HAAGA-HELIAn johdon assistenttikoulutuksen työelämäkummi-toiminnalle. HSO-säätiö jakaa vuosittain HSO Reward -stipendin yhteisöille tai

henkilöille, jotka ovat huomattavasti edistäneet assistenttikoulutuksen kehittymistä Suomessa (HAAGA-HELIA 2012j).

HSO Reward 2012 -tunnustuspalkinnon jakamisen jälkeen kukin panelisti piti noin kymmenen minuutin mittaisen alustuspuheenvuoron omasta aihealueestaan. Paneelin viisi asiantuntijaa eri organisaatioista keskustelivat ja toivat esille eri mielipiteitä ja näkökulmia tulevaisuuden assistentin työstä ja rooleista. Keskustelemassa olivat Mika Aaltonen (Aalto Yliopiston tutkimusjohtaja), Timo Helosuo (Management Institute of Finland, MIF Oy:n toimitusjohtaja), Merja Fischer (tekniikan tohtori), Marina Paulaharju (AITO HSO ry:n hallituksen puheenjohtaja) sekä Tage Lindberg (Valtiovarainministeriö, SDP:n ministeriryhmän sihteeri).

Puheenvuorojen jälkeen alkoi varsinainen paneelikeskustelu, johon myös yleisö sai halutessaan osallistua. Paneelikeskustelun aikana puheenjohtaja johdatteli keskustelua ja jakoi puheenvuoroja puhujille sekä yleisölle. Auditoriossa oli kiertäviä mikrofoneja yleisön kysymyksiä sekä kommentteja helpottamaan. Tilaisuudessa oli myös käytössä pilottiprojekti viestiseinästä, johon yleisöllä oli tapahtuman aikana mahdollisuus lähettää kysymyksiä ja kommentteja joko tekstiviestitse tai sähköpostin kautta. Viestit tulivat auditorion etuseinään näkyviin reaaliajassa, josta puheenjohtaja poimi kysymyksiä ja kommentteja ja esitti niitä panelisteille. Sähköisen viestiseinän avulla nekin yleisön jäsenet, jotka eivät kenties halunneet puhua kaikkien edessä, pystyivät anonyyminä osallistumaan keskusteluun.

Paneelikeskustelun jälkeen auditorion vieressä sijaitsevalla tapahtumatorilla järjestettiin kahvi- ja joulutorttutarjoilu ja vieraat jäivät vapaamuotoisesti verkostoitumaan ja seurustelemaan keskenään. Tapahtumatorilla oli esitepöytä, jossa sai halutessaan tutustua HAAGA-HELIA:n omiin, uusimpiin julkaisuihin.

5.2 Ilmoittautumiset ja no show

Lopullinen ilmoittautumismäärä Assistentti 2020 -tapahtumassa järjestäjät mukaan lukien oli 196 henkilöä. Ilmoittautumisten kokonaismäärä sisälsi 37 kutsuvierasta, joista paikalla oli 28 henkilöä. Tavoitteena oli täyttää kaikki auditorion 273 paikkaa, mutta

ennakkoon ilmoittautuneista paikalle saapui kaiken kaikkiaan 130 henkilöä.

Tapahtumaa edeltävinä päivinä tuli muutamia peruutusilmoituksia, mutta aivan kaikki eivät ilmoittaneet estymisestään. Ne henkilöt, jotka olivat ilmoittautuneet tapahtumaan etukäteen, mutta eivät saapuneetkaan paikalle, eivätkä myöskään ilmoittaneet peruutuksestaan, muodostivat tapahtuman ”no shown” (Vallo & Häyrinen 2008, 118). Tämän tapahtuman no show oli 66 henkilöä, eli siis 34 prosenttia. Vallo & Häyrisen (2008, 118-119) mukaan pääkaupunkiseudulla keskimääräinen no show-prosentti on 20, mutta oletettavasti tapahtuman no show-prosentti saattoi johtua tapahtuman ajankohdasta, sillä se sijoittui kiireisimpään joulusesonkiin.

5.3 Palautepalaveri

Tilaisuuden jälkeen kokoonnuimme projektiryhmän kesken pitämään palautepalaverin ja arvioimaan, miten tapahtuma mielestämme toteutui. Palaveri oli hyvä pitää silloin, kun tapahtuma oli hyvässä ja tuoreessa muistissa ja oli vielä mielenkiintoa tapahtumaa kohtaan. Palaverissa olisi hyvä käydä läpi päällimmäiset ajatukset tapahtumasta, sekä missä onnistuttiin ja saavutettiin tavoitteita. On myös tärkeää tarkastella tapahtuman sujuvuutta kriittisesti, eli on hyvä myös käydä läpi ne asiat, missä ei mahdollisesti onnistuttu tai mitä olisi ollut hyvä tehdä toisin. Näin voidaan ottaa oppia siitä, että miten voidaan toimia entistä paremmin tulevaisuudessa vastaavanlaisia tapahtumia järjestettäessä. Palautepalaverin läpivieminen päätti tapahtuman ammattitaitoisesti. (Vallo & Häyrinen 2008, 174-175.)

Oli mielenkiintoista kuulla, että miten muut projektiryhmän jäsenet olivat kokeneet tapahtuman. Kaikilla oli tapahtumasta yhtenevä ja positiivinen kuva. Palautepalaverissa tuli ilmi, että kaikki ryhmän jäsenet olivat tyytyväisiä tapahtumaan, se täytti odotukset ja oli kokonaisuutena hyvin onnistunut ja toimiva kokonaisuus.

5.4 Purkuvaihe

Tapahtuman perusluonteeseen kuuluu, että sillä on ennalta määritelty, rajoitettu kesto ja sen aikataulu on ilmoitettu ja sovittu etukäteen (Getz 2012, 37). Tapahtuman toteutukseen kuuluu yleensä rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Assistentti 2020 -paneelikeskustelulla ei kuitenkaan ollut varsinaista purkuvaihetta, vaan siihen

kuului lähinnä opasteiden ja muiden kylttien pois ottaminen, nimikylttien kerääminen sekä pientä siistimistä. Paneelikeskustelu järjestettiin auditoriossa, jossa niin istuimet kuin muutkin puitteet olivat kiinteitä, joten pöytien tai tuolien siirtelemistä ei tarvittu tehdä. Tilaisuuden pitopalvelusta vastasi Pasilan toimipisteessä sijaitseva Amican Helia-Bistro, joka huolehti pöytäliinojen, koristelujen, astioiden ja muiden ruokatavaroiden pois keräämisestä. (Conway 2006, 256-266, Vallo & Häyrinen 2008, 147-153.)

6 Arviointi

Tässä viimeisessä kappaleessa arvioin ja perustelen Assistentti 2020 -paneelikeskustelun toteutumista ja onnistumista sekä työn tavoitteiden saavuttamista. Lisäksi arvioin myös omaa, henkilökohtaista oppimista ja kehittymistä tradenomina opinnäytetyöprosessin aikana. Tässä kappaleessa arvioin lisäksi teorian osuvuutta ja kuvaan myös mahdollisia kehittämisehdotuksia sekä niitä seikkoja, jotka olisi tullut tehdä toisin.

6.1 Tapahtuman tavoitteiden saavuttaminen

Tapahtuma eteni suunnitelmien mukaisesti ja onnistui varsin hyvin. Opinnäytetyölle asetettiin tavoitteeksi saada tapahtumaan 273-paikkainen auditorio mahdollisimman täyteen yleisöä. Kaiken kaikkiaan osallistujia oli 120 henkilöä, joten tämä tavoite ei täytynyt. Ihmisiä saatiin hyvä määrä ilmoittautumaan tapahtumaan, mutta valitettavasti iso osa ilmoittautuneista jäi syystä tai toisesta pois tapahtumasta. Onneksemme auditorio näytti täydemmältä kuin mitä se todellisuudessa oli ja tilaisuuden ilmapiiri oli iloinen. Jälkeenpäin arvioituna ilmoittautuneille olisi voitu lähettää pieni muistutusviesti esimerkiksi tapahtumaa edeltävänä päivänä, jotta kiinnostuminen sitä kohtaan olisi säilynyt ja henkilö olisi osallistunut tapahtumaan todennäköisemmin. (Vallo & Häyrinen 2008, 119.)

Ajankohta on myös osittain voinut vaikuttaa tapahtuman no show:hun, eli osallistujakatoon. Tapahtuma järjestettiin puolitoista viikkoa ennen joulua, jolloin monilla saattoi olla tavallista enemmän työkiireitä juuri ennen lomien alkamista ja osallistuminen tapahtumaan on saattanut jäädä toissijaiseksi osalle kutsutuista. Paneelikeskustelu järjestettiin joulukuun 12 päivä, eli 12.12.2012. Päivämäärä valittiin mieleenpainuvuutensa vuoksi, mutta tämä ei välttämättä tullut yleisölle ilmi. Jos tapahtuma olisi järjestetty vaikkapa marraskuussa joulusesongin sijasta, olisi yleisöä luultavasti ollut enemmän.

Tavoitteena oli myös järjestää onnistunut tapahtuma. Tässä tavoitteessa onnistuttiin hyvin ja järjestäjien kesken pidetyssä palautepalaverissa kaikilla oli yhtenevä kuva siitä, että tapahtuma oli varsin onnistunut, paneelikeskustelu synnytti monipuolista ja

aktiivista keskustelua ja tunnelma auditoriossa oli oikein hyvä. Myös Assistentti 2020 - tulevaisuusprojektin projektipäällikkö Päivi Karjalainen sekä paneelikeskustelun projektipäällikkö Irmeli Liukko olivat hyvin tyytyväisiä tilaisuuteen (Karjalainen, P. 9.4.2013). Yleisö oli aidosti hyvin kiinnostunut aiheita kohtaan ja halusi osallistua aktiivisesti keskusteluun esittämällä kysymyksiä sekä ajatuksiaan panelisteille. Yleisö vaikutti olevan tyytyväinen paneelikeskusteluun. Tapahtumasta ei välttämättä saatu kauheasti uutta tietoa tulevaisuuden assistenttityöstä, mutta vuorovaikutteista ja aktiivista keskustelua saatiin paljon aikaiseksi.

Myös kokeilumuotoisesti käytetty viestiseinä sai hyvää palautetta yleisöltä ja sitä käytettiin hyvin aktiivisesti. Viestiseinään lähetettiin jopa niin paljon kysymyksiä ja kommentteja, että aivan kaikkia viestejä ei ehditty tapahtuman aikana käydä läpi. Viestiseinää on tämän tapahtuman jälkeen käytetty HAAGA-HELIAssa useaan otteeseen.

6.2 Mitä olisi voitu tehdä paremmin?

Assistentti 2020 -tapahtuma oli onnistunut ja toimiva, mutta jälkikäteen tapahtumaa tarkasteltuani olisin tenhyt muutaman asian toisin. Jotta osallistujia olisi saapunut paikalle enemmän ja no show olisi pienentynyt, olisin lisännyt tietoisuutta ja tuonut lisää näkyvyyttä tapahtumalle. Tapahtumaa olisi voitu mainostaa muutamassa eri assistentialan tapahtumakalenterissa, internetsivuilla tai lehdissä, esimerkiksi Aito HSO ry:n internetsivuilla tai S&A -lehdessä. Sosiaalista mediaa oltaisiin myös voitu hyödyntää markkinoinnissa. Esimerkiksi Facebookiin Johdon assistenttityön opiskelijat HSOY ry:n ja HAAGA-HELIA:n sivuille olisi voitu luoda ilmoitus tapahtumasta. Tällöin tapahtumaa olisi voitu markkinoida tehokkaasti ja kohdistetusti HAAGA-HELIA:n opiskelijoille.

Tapahtuman näkyvyyden kasvattamisen lisäksi olisin muuttanut tapahtuman ajankohtaa siirtämällä sitä hieman aikaisemmaksi, esimerkiksi marraskuun puolelle. Uskon, että hieman aikasempi ajankohta kiireisen joulukuun sijaan olisi todennäköisesti kasvattanut osallistujamäärää ja pienentänyt no show:ta.

6.3 Teorian osuvuus

Tapahtuman järjestämisestä löytyi paljon lähdemateriaalia, joista työssäni käytettiin lähinnä painettuja, suomen- ja englanninkielisiä teoksia sekä niiden lisäksi muutamia lehtiartikkeleja ja blogia. Opinnäytetyössä pyrittiin käyttämään mahdollisimman tuoreita ja luotettavia lähteitä ja painetuissa teoksissa lähteeksi valittiin aina uusin painos. Teoria siis oli tästä syystä ajankohtaista ja kattavaa. Etenkin tapahtuman järjestämisen prosessista ja sen eri osa-alueista löytyi yksityiskohtaista, ajantasaista ja hyödyllistä tietoa ja sitä pystyi hyvin soveltamaan tähän opinnäytetyöhön. Myös tapahtumamarkkinoinnista löytyi paljon tietoa, josta tähän opinnäytetyöhön valittiin luotettavimmat ja osuvimmat lähteet sekä karsittiin pois vähemmän sopivia lähteitä.

6.4 Henkilökohtaiset tavoitteet

Valitsin opinnäytetyöni aiheen siitä syystä, että se oli hyvin käytännönläheinen ja minulla oli mahdollisuus osallistua tapahtuman suunnittelu- ja toteutusprosessiin. Tämä oli ensimmäinen kerta, kun olin mukana järjestämässä suurempaa tapahtumaa, mutta otin haasteen positiivisesti vastaan ja prosessi olikin erittäin antoisa. Aihe oli mielestäni hyvin mielenkiintoinen, sillä kiinnostuin tapahtuman järjestämisestä työharjoittelussani Väestörekisterikeskuksessa, jolloin pääsin näkemään tapahtuman järjestämistä työelämässä ja osallistumaan siihen pienimuotoisesti myös itse järjestäjän roolissa.

Haastavaa tässä työssä oli raportointityön aloittaminen tapahtuman jälkeen. Vaikeaa oli hahmottaa tapahtuman kokonaiskuva, mutta päästyäni työn tekemisen imuun, tekstin tuottaminen muuttui nopeasti sujuvammaksi. Tällöin oli mukavaa huomata oma edistyminen ja uusien asioiden oppiminen. Tavoitteenani minulla oli parantaa aikataulun hallintaa, joten asetin itselleni deadlineja, jotta työ edistyisi reippaasti vaihe vaiheelta. En kuitenkaan aina täysin noudattanut näitä aikatauluja, mutta työ kuitenkin eteni suunnitelmien mukaisesti ja opinnäytetyösuunnitelmaa varten laadittu aikataulu piti melko hyvin paikkansa. Ainoastaan kirjallisen osuuden laatimisessa meni kauemmin kun aikatauluttaessa olin arvioinut. Koen kuitenkin, että aikataulunhallintani kehittyi prosessin edetessä.

Saatuani aiheen opinnäytetyölleni aloimme lähes heti suunnittelu- ja markkinointitoimien kimppuun, joten vielä suunnitteluvaiheessa minulla ei ollut runsaasti aikaa perehtyä tapahtumanjärjestämisen teoriaan. Koin kuitenkin mielekkääksi sen, että ensin suunnittelin ja toteutin tapahtuman yhdessä projektiryhmän kanssa ja vasta jälkikäteen syvennyin laajemmin alan kirjallisuuteen. Näin sain mielestäni kattavan kuvan ja viimeistään teoriaa lukiessani ymmärsin, miksi jokin asia tehtiin niin kuin se tehtiin.

Tapahtumamarkkinoinnin ja markkinointiviestinnän lähdemateriaaleissa eri asiantuntijoilla oli paljon eri näkemyksiä, joten aluksi oli hieman haasteellista päästä asioihin sisälle. Tutustuttuani syvemmin eri näkemyksiin, aloin paremmin hahmottamaan tapahtumamarkkinointia kokonaisuudessaan.

Koko tapahtumaprosessi oli aikaa vievä ja sen onnistuneeseen järjestämiseen vaadittiin paljon huolellisuutta ja monien eri asioiden ja yksityiskohtien huomioon ottamista. Tapahtuman järjestäminen tällaisessa mittakaavassa oli minulle täysin uutta, joten tätä työtä tehdessä sain erittäin hyvän käsityksen siitä, mitä tilaisuuden järjestäminen todella pitää sisällään järjestäjän näkökulmasta. Tavoitteenani oli saada lisää kokemusta tapahtumanjärjestämisestä, koska tällöin saisin syvennettyä ja monipuolistettua koulussa oppimiani taitoja.

Koen, että saavutin alussa asettamani henkilökohtaiset tavoitteeni hyvin ja opin paljon uutta opinnäytetyöprosessin aikana. Ennen kaikkea koen opinnäytetyöprosessin kehittäneen omaa osaamistani ja vahvistaneen tietotaitojani tapahtumanjärjestämisprosessin kannalta entistä monipuolisemmiksi. Opin käyttämään eri lähteitä kriittisesti ja opin myös lähteiden tärkeyden. Kirjallisuuteen perehdyin mielestäni huolellisesti ja näin ollen pystyn hahmottamaan tapahtumamarkkinoinnin aiempaa kokonaisvaltaisemmin. Opinnäytetyö oli työelämälähtöinen ja koin, että prosessin aikana sain yhdistettyä koulussa opittuja taitoja ammatilliseen osaamiseen. Tapahtumien järjestäminen on oleellinen osa johdon assistentin toimenkuvaa, joten uskon, että tästä opinnäytetyöstä prosesseineen on minulle paljon hyötyä myös työelämässä.

Opinnäytetyön aikana pyrkimyksenä oli myös kartuttaa projektityötaitojani samoin kuin tiedonhankkimis- ja analysointitaitoja. Koen, että nämä taidot karttuivat työtä tehdessäni. Projektityötä tehdessä tulee olla järjestelmällinen ja suunnitelmat on oltava selkeitä ja tarkkoja, jotta lopputuloksesta tulee hyvä. Jälkeenpäin voin todeta, että etenkin tiedonhankkimis- ja arviontitalitoni kehittyivät hyvin paljon työtä tehdessä ja osaan nykyään etsiä entistä paremmin esimerkiksi erilaisia lehtiartikkeleja laajoista tietokannoista. Alussa oli vaikea hahmottaa, että mitkä lähteistä ovat riittävän luotettavia, mutta prosessin edetessä luotettavat lähteet oli huomattavasti helpompi löytää. Koen, että olen opinnäytetyötä tehdessä oppinut paljon uutta tapahtuman järjestämisestä juuri käytännön kokemuksen kautta. Samoja oppeja voidaan lukea kirjasta, mutta käytännön työllä opit todella jäivät mieleen.

Lähteet

Bergström, S. & Leppänen, A. 2007. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita. Helsinki.

Campbell, F., Robinson, A., Brown, S & Race, P. 2003. Essential tips for organizing conferences & events. RoutledgeFalmer. Lontoo.

Conway, D.G. 2006. The event manager's bible. 2. painos. How To Books Ltd. Oxford.

Fill, C. 2002. Marketing Communications. Contexts, strategies and applications. 3. painos. Pearson Education Limited. Harlow.

Getz, D. 2012. Event Studies. Theory, research and policy for planned events. 2. painos. Routledge. Abingdon.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012a. Moodle. Assistentti 2020. Projektisuunnitelma. Luettavissa: <http://elearn.haaga-helia.fi/moodle/course/view.php?id=8938>. Luettu 2.4.2013.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012b. Mynet. Ohjeet raportointiin ja menetelmiin. Sisältö- ja menetelmäohje. Luettavissa: <https://mynet.haaga-helia.fi/fi/opiskelu/opinnaytetyo-amk/raportointiohjeet/Pages/default.aspx>. Luettu 3.4.2013.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012c. Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/koulutus-ja-hakeminen/tutkintokoulutus/johdon-assistenttityo/johdon-assistenttityoen-ja-kielten-koulutusohjelma-pasila-nuoret/index.html>. Luettu: 11.4.2013.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012d. Opintopolut. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/koulutus-ja-hakeminen/tutkintokoulutus/johdon->

assistenttityö/johdon-assistenttityön-ja-kielten-koulutusohjelma-pasila-nuoret/opintopolut. Luettu: 11.4.2013.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012e. Johdon assistenttityö ja kielet. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/koulutus-ja-hakeminen/tutkintokoulutus/johdon-assistenttityo>. Luettu: 11.4.2013.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012f . Kieliopinnot. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/koulutus-ja-hakeminen/tutkintokoulutus/johdon-assistenttityo/johdon-assistenttityoen-ja-kielten-koulutusohjelma-pasila-nuoret/kieliopinnot>. Luettu: 6.5.2013.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012g. Toimittajakoulutus. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/koulutus-ja-hakeminen/tutkintokoulutus/toimittajakoulutus>. Luettu: 11.4.2013.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012h. Organisaatio. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/tietoa-haaga-heliasta/organisaatio>. Luettu: 6.5.2013.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012i. Uutiset. 2012. Assistentti 2020 -paneeli keskiviikkona 12.12.2012. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/uutiset/2012/minkaelaista-on-johdon-assistentin-tyoe-vuonna-2020>. Luettu: 3.4.2013.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012j. HAAGA-HELIA:n Johdon assistenttikoulutuksen työelämäkummitoiminta palkittiin HSO Reward 2012 -stipendillä. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/uutiset/2012/haaga-helian-johdon-assistenttikoulutuksen-tyoeelaemaekummitoiminta-palkittiin-hso-reward-2012-stipendilla>. Luettu: 2.4.2013.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012k. Degree programme for multilingual management assistants. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/en/education-and-application/bachelor-degree-programmes/management-assistants-studies/dp-for>

multilingual-management-assistants-pasila-campus-youth-education/index.html. Luettu 6.5.2013.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012l. Structure, content and extent of the degree programme. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/en/education-and-application/bachelor-degree-programmes/management-assistants-studies/dp-for-multilingual-management-assistants-pasila-campus-youth-education/structure-content-and-extent-of-the-dp>. Luettu: 6.5.2013.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu m. ASSIn ja MUBBAn brändit.

Harju, L. 2003. Työelämän tapahtumat ja tilaisuudet. Otava. Keuruu.

Hoyle, L. 2002. Event Marketing. John Wiley & Sons, Inc. New York.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Suomen Liikunta ja Urheilu ry. Helsinki.

Järvilehto, T. 2009. Bannerit eli display- mainonta. Klikkaa tästä, internetmarkkinoinnin käsikirja. Mainostajien liitto. Helsinki.

Karjalainen, P. 9.4.2013. Yliopettaja. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Haastattelu. Helsinki.

Kauppalehti 6.5.2010. Tapahtumat tilataan liian myöhään. Luettavissa: http://www.kauppalehti.fi/5/i/yritykset/yritysuutiset/uutinen.jsp?oid=2010/05/33226&request_ahaa_info=true. Luettu: 28.5.2013.

Kauppalehti 8.10.2012. Timo Aallon Tapaus. Luettavissa: <http://ezproxy.haaga-helia.fi:2187/5/i/talous/uutiset/arkisto/showArticle.do?db=KKL1213X&ris=1&rid=21081&qid=0&rsi=0&page=0&size=20&hits=4>. Luettu: 28.5.2013.

Markkinointi&Mainonta 25.11.2011. Tapahtumamarkkinointi tulee ja jyrää. Luettavissa: <http://www.marmai.fi/uutiset/tapahtumamarkkinointi+tulee+ja+jyraa/a2120160>.
Luettu: 28.5.2013.

Markkinointi&Mainonta 22.5.2013. Hyvästä ei saa säväreitä. Luettavissa: <http://www.marmai.fi/blogit/vierasblogi/hyvasta+ei+saa+savareita/a2185841>.
Luettu: 28.5.2013.

Markkinointiviestinnän toimistojen liitto. Mitä tapahtumamarkkinointi on? Luettavissa: <http://mtl.fi/mtl-tapahtumatoimistot>. Luettu: 17.4.2013.

Muhonen, R. & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain: tapahtumamarkkinoinnin voima. Talentum. Jyväskylä.

Pelsmacker, P. De, Geuens, M. & Van den Bergh, J. 2010. Marketing Communications. A European Perspective. 4. painos. Pearson Education Limited. Harlow.

Salmi, M. 25.4.2013. Lehtori. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Haastattelu. Helsinki.

Salmi, M. 20.5.2013. Lehtori. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Haastattelu. Helsinki.

Shone, A. & Parry, B. 2004. Successful Event Management. 2. painos. Thomson Learning. Kiina.


Suomen mediaopas. Luettavissa: <http://www.mediaopas.com/suoramainonta/>.
Luettu: 4.4.2013.

Vallo, H & Häyrinen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus, tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 2. uudistettu painos. Tietosanoma Oy. Helsinki.


Vilkkä, H. & Airaksinen, T. 2004. Toiminnallinen opinnäytetyö. Gummerus.

Liitteet

Liite 1. Sähköinen kutsu



Assistentti 2020



[Kotisivulle](#) | [Lähetä kaverille](#) | [Tilaa uutiskirje](#) | [Peruuta tilaus](#)

Kutsu Assistentti 2020 -paneelikeskusteluun

keskiviikkona 12.12.2012 klo 14-16, minkä jälkeen kahvitarjoilu ja vapaata keskustelua,

HAAGA-HELIA, Pasilan toimipiste, Ratapihantie 13, 00520 Helsinki

Paneeli on osa HAAGA-HELIA:n johdon assistenttikoulutuksen Assistentti 2020 -projektia. Projektissa luodaan näkemyksiä tulevaisuuden assistentin erilaisista rooleista yhä monikulttuurisemmissa ja globaalimmin verkottuneissa organisaatioissa.

Tervetuloa kuuntelemaan, keskustelemaan ja esittämään kysymyksiä!

Aiheesta ovat keskustelemassa:

Mika Aaltonen, tutkimusjohtaja, dosentti, Aalto-yliopisto
Timo Helosuo, toimitusjohtaja, Management Institute of Finland MIF Oy
Merja Fischer, tekniikan tohtori
Marina Paulaharju, hallituksen puheenjohtaja, AITO HSO ry
Tage Lindberg, SDP:n ministeriryhmän sihteeri, Valtiovarainministeriö
Paneelin puheenjohtajana toimii Salla Huttunen, johdon assistentti- ja toimittajakoulutusyksikön johtaja.

HSO Reward 2012

Tilaisuuden alussa julkistetaan HSO-säätiön myöntämän HSO Reward 2012 -tunnustuspalkinnon saaja.

Ilmoittauduthan tilaisuuteen viimeistään maanantaina 3.12. Tilaisuus on maksuton.

Kopioi ilmoittautumiskoodi tästä: **3765KFU86U**

[ILMOITTAUTUMISLINKKI >>](#)

Tervetuloa!

Päivi Karjalainen

Assistentti 2020 -projektin vetäjä, puh. 040 500 4898

[Lue lisää täältä...](#)

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu

viestinta@haaga-helia.fi

ASSISTENTTI 2020 -PANEELI
Kutsuvierastilaisuus klo 13.30, Fountain Park -tila (H1219)
Tervetulosanat
Lauri Tuomi, vararehtori, johtaja, HAAGA-HELIA AMK

Paneelikeskustelu klo 14 - 16, auditorio
H20 Reward 2012 -tunnustuspalkinnon julkistaminen
Markku Koponen, hallituksen puheenjohtaja, HSO-säätiö

Alustuspuheenvuorot
Paneelin puheenjohtaja **Salla Huttunen**, johtaja,
Johdon assistentti- ja toimittajakoulutusyksikkö, HAAGA-HELIA AMK
Mr. & Mrs. Future: systemien systeemi
Mika Aaltonen, tutkimusjohtaja, dosentti, Aalto-yliopisto
Tulevaisuus on tänään
Timo Helosuo, toimitusjohtaja, Management Institute of Finland MIF Oy
Tulevaisuuden työelämätaidot: Positiiviset tunteet synnyttävät hyvinvointia, merkityksellisyyttä ja tyytyväisiä asiakkaita
Merja Fischer, tekniikan tohtori
Näkökulmia assistentin työn tulevaisuuteen
Marina Paulaharju, hallituksen puheenjohtaja, AITO HSO ry
Assistentit muuttuvassa valtion hallinnossa
Tage Lindberg, SDP:n ministeriryhmän sihteeri, Valtiovarainministeriö

Paneelikeskustelu

Kahvitarjoilu ja avoin keskustelu tapahtumatorilla paneelikeskustelun jälkeen.
Tilaisuus päättyy viimeistään klo 18.

Assistentti 2020

ASSISTENTTI 2020 -PANEELI
Kutsuvierastilaisuus klo 13.30, Fountain Park -tila (H1219)
Tervetulosanat
Lauri Tuomi, vararehtori, johtaja, HAAGA-HELIA AMK

Paneelikeskustelu klo 14 - 16, auditorio
H20 Reward 2012 -tunnustuspalkinnon julkistaminen
Markku Koponen, hallituksen puheenjohtaja, HSO-säätiö

Alustuspuheenvuorot
Paneelin puheenjohtaja **Salla Huttunen**, johtaja,
Johdon assistentti- ja toimittajakoulutusyksikkö, HAAGA-HELIA AMK
Mr. & Mrs. Future: systemien systeemi
Mika Aaltonen, tutkimusjohtaja, dosentti, Aalto-yliopisto
Tulevaisuus on tänään
Timo Helosuo, toimitusjohtaja, Management Institute of Finland MIF Oy
Tulevaisuuden työelämätaidot: Positiiviset tunteet synnyttävät hyvinvointia, merkityksellisyyttä ja tyytyväisiä asiakkaita
Merja Fischer, tekniikan tohtori
Näkökulmia assistentin työn tulevaisuuteen
Marina Paulaharju, hallituksen puheenjohtaja, AITO HSO ry
Assistentit muuttuvassa valtion hallinnossa
Tage Lindberg, SDP:n ministeriryhmän sihteeri, Valtiovarainministeriö

Paneelikeskustelu

Kahvitarjoilu ja avoin keskustelu tapahtumatorilla paneelikeskustelun jälkeen.
Tilaisuus päättyy viimeistään klo 18.

TERVETULO

Assistentti 2020 -kutsuvierastilaisuuteen
HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun Pasilan toimipisteeseen
Ratapihantie 13, Helsinki

keskiiviikkona 12. päivänä joulukuuta 2012 klo 13.30
sekä klo 14 alkavaan

Assistentti 2020 -paneeliin.

Lauri Tuomi
vararehtori, tutkimus- ja kehittämisskeskuksen johtaja

**HAAGA-HELIA**
ammattikorkeakoulu

Vp. 3.12.2012 mennessä
sähköposti: info.asto@haaga-helia.fi
Lisätietoja: Päivi Karjalainen, puh. 040 500 4898,
lrmeli.liukko@haaga-helia.fi

38

Liite 3. Nimikyltit

Assistentti
2020

Anne Aapro

Toimistopalvelu Anne Aapro

Assistentti
2020

Joanna Aarrelampi

HAAGA-HELIA amk

Liite 4. Valokuvia







Liite 5. Kutsuvieraslistaote aakkosjärjestyksessä

Mika	Aaltonen	Aalto-yliopisto
Julia	Anjala	
Nina	Aunula	Outokumpu Oyj
Anna	Collan	
Thea	Ekholm	Business to Business Mediat Oy
Merja	Fischer	
Tarja	Haapakoski	Valtioneuvoston EU-sihteeristö
Heidi	Heinänen	
Mirja	Heiskari	Oiva Akatemia
Paula	Hellman	
Timo	Helosuo	Management Institute of Finland Oy
Hanna	Hihnala	Fountain Park
Salla	Huttunen	HAAGA-HELIA amk
Anne	Jaakkola	Tasavallan presidentin kanslia
Jaana	Jakovlev	OP-Pohjola osk
Anne	Kangasniemi	Metso Paper Oy
Annika	Karjalainen	Borenus & Co Oy Ab
Päivi	Karjalainen	HAAGA-HELIA amk
Markku	Koponen	OP Pohjola -ryhmä
Salla	Korhonen	HSOY ry
Eeva	Kylä-Paavola	Vahinkovakuutusyhtiö Tapiola
Eija	Kärnä	HAAGA-HELIA amk
Minna	Lehtikankare	Liikennevirasto
Terhi	Lehtinen	
Tage	Lindberg	Valtiovarainministeriö

Liite 6. Minuuttiaikataulu

MINUUTTIAIKATAULU		
KLO	MITÄ	KUKA
AAMU	Opastekylttien asettaminen paikoilleen Pöydän ja tuolien siirto ilmoittautumispaikalle Valojen ja tykin tarkistus Lahjat auditorioon, sivupöydälle Auditorion istumavaraukset vieraille, panelisteille sekä meille Panelistien esitysten tallennus koneelle	Suvi ja Simona Mimma ja Paula Liisa Tiia ja Paula Mimma ja Paula
13.00	Tilojen tarkistus, av-laitteet päälle Vessat, auditorio, aula, narikka, ilmoittautuminen	Mimma ja Paula
13.15	Juomien "kaato" / annostelu Narikka	Tiia ja Liisa Suvi
13.25	Vieraiden vastaanottaminen Ilmoittautuminen	Saara, Mimma ja Liisa Paula, Simona, Päivi
13.30	Vieraiden ohjaaminen kutsuvierastilaisuuteen Juomien tarjoilu Fountain Parkissa	Simona, Saara Tiia
13.30	Kutsuvierastilaisuus	kaikki
13.50	Valojen ja tykin tarkistus	Mimma ja Paula
13.50	Lahjat auditorioon, sivupöydälle	
13.55	Vesikannu & lasit panelistien paikoille, auditorioon	Amica, Mimma ja Paula
13.55	Panelistien ohjaaminen auditorioon Vieraiden ohjaaminen auditorioon	Simona, Suvi ja Liisa Simona, Suvi ja Liisa
14.00	Päivystäminen narikoilla Tilaisuuden avaus HSO Reward Kukitus	Saara Salla Markku Koponen Salla ja Marina
14.10	Panelistit istumapaikoilleen	Salla
14.10	Mikrofoni	Liisa ja Simona
15.10	Mikrofoni Viestiseinä	Tiia ja Suvi Päivi
16.00	Paneelikeskustelu päättyy Lahjat Kahvitilaisuus aulassa Vieraiden ohjaaminen aulaan Panelistien ohjaaminen aulaan	Salla Salla Salla
18.00	Tilaisuus päättyy Narikka Nimikylttien kerääminen Paikkojen "siistiminen"	Saara Paula ja Tiia kaikki

- 2007
- 2008
- 2009
- 2010
- 2011
- 2012
 - Assistentti 2020 -paneeli keskiviikkona 12.12.2012
- 2013

Pääsivu > Uutiset > 2012 > Assistentti 2020 -paneeli keskiviikkona 12.12.2012

ASSISTENTTI 2020 -PANEELI KESKIVIKKONA 12.12.2012



**Assistentti
2020**

HAAGA-HELIAN Assistentti 2020 -paneeli ke 12.12.2012 alkaen klo 14

Paikka HAAGA-HELIA AMK, Pasilan toimipiste

Ratapihantie 13, 00520 Helsinki

[Ilmoittaudu tästä >>](#)

Ohjelma

- **klo 14.00** HSO Reward 2012 -tunnustuspalkinnon julkistaminen
 - Markku Koponen, hallituksen puheenjohtaja, HSO-säätiö
- **klo 14.15** Assistentti 2020 -paneeli, panelistien alustuspuheenvuorot
 - Mika Aaltonen, tutkimusjohtaja, dosentti, Aalto-yliopisto
 - Mr. & Mrs. Future: systeemien systeemi
 - Timo Helosuo, toimitusjohtaja, Management Institute of Finland MIF Oy
 - Tulevaisuus on tänään
 - Merja Fischer, tekniikan tohtori
 - Tulevaisuuden työelämätaidot: Positiiviset tunteet synnyttävät hyvinvointia, merkityksellisyyttä ja tyytyväisiä asiakkaita
 - Marina Paulaharju, hallituksen puheenjohtaja, Aito HSO ry
 - Näkökulmia assistentin työn tulevaisuuteen
 - Tage Lindberg, SDP:n ministeriryhmän sihteeri, Valtiovarainministeriö
 - Assistentit muuttuvassa valtion hallinnossa

Paneelin puheenjohtaja

- Salla Huttunen, johtaja, HAAGA-HELIA AMK, Johdon assistentti- ja toimittajakoulutusyksikkö
- **klo 16.00** Paneeli päättyy, minkä jälkeen tarjoilua ja vapaa keskustelu aulatilassa.
Tilaisuus päättyy viimeistään klo 18.

Lisätietoja: Päivi Karjalainen, puh. 040 500 4898, paivi.karjalainen@haaga-helia.fi

Liite 8. Muistio projektiryhmän kokouksesta

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu	Asialista/Muistio	2/2012
46(55)		
Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma	Assistentti 2020 -paneeli	
Yritystilaisuuden järjestäminen -opintojakso		
Mimma Yli-Muilu	6.11.2012	

Assistentti 2020 -palaveri

Aika	keskiviikko 31.10.2012
Paikka	HAAGA-HELIA AMK, Pasilan toimipiste, tila 5223
Osallistujat	Päivi Karjalainen Simona Kaasinen Irmeli Liukko Tiia Puhakka Paula Priha Mimma Yli-Muilu Liisa Yli-Ojanperä
Poissa	Eeva-Kaarina Häkkinen Saara Setälä Suvi Suikkanen
Asialista	1 Osoitelista 2 Kutsu 3 VIP-tilaisuus 4 Kutsuvieraiden ja panelistien ohjaus VIP-tilaisuuteen 5 VIP-tilan sisustus 6 Narikka 7 Auditorion varaus 8 Minuuttiaikataulu 9 Sähköinen ilmoittautuminen 10 Kyltit 11 WC:t 12 Ulkotulet 13 Opiskelijoiden vaatetus 14 HSO Reward 2012 15 Opiskelijoiden määrä paneelissa 16 Kokousmuistio-käytäntö 17 Panelistien lahjat 18 Nimikyltit

19 AV ja viestiseinä
20 Ohjelman läpikäynti ennen 12.12.
21 Video- ja valokuvaus

Käsiteltyt asiat

1 Osoitelista

Päivi ja Irmeli tarkastivat Excel-osoitelistan, tekivät muutaman korjauksen ja Päivi tulosti kaikille paikalla olleille uuden version osoitelistasta. Päivi lähettää korjatun osoitelistan kaikille.

2 Kutsu

Kutsu on tullut painosta tiistaina 30.10., ja Suvi, Liisa ja Mimma laittoivat kutsut kirjekuoriin. Kokouksessa päätettiin, että kirjekuoriin kirjoitetaan osoitteet käsin, koska se on luultavasti nopeampaa ja vaikuttaa henkilökohtaisemmalta. Päivitetty nimilista saatiin kokouksen loppupuolella ja nimet jaettiin kaikille opiskelijoille kirjoitettavaksi. Mimma sai kokouksen jälkeen rahat talouspuolelta Irmelin kanssa ja haki to 1.11. postimerkit 39 postitettavaan kutsuun. Torstaihin mennessä Simona, Tiia ja Paula toivat kirjoittamansa kuoret ja kutsut Liisalle, Suville ja Mimmalle. Torstaina Liisa kävi viemässä kutsut postilaatikkoon.

3 VIP-tilaisuus

VIP-tilaisuuden alkumaljana tarjotaan alkoholitonta juomaa, joka saadaan Amicalta. Myös lasit saadaan Amicalta. Tilaisuudessa tarjotaan kahta eri suolaista ja kahta eri makeaa sormipalaa, jotka Amica toimittaa. Toinen suolaisista tulisi olla kasvisruokavaliolle sopiva ja mieluiten gluteeniton vaihtoehto. Eeva-Kaarina on mukana tarjoilun suunnittelussa.

4 Kutsuvieraiden ja panelistien ohjaus VIP-tilaisuuteen

Päivi ottaa panelistit ja kutsuvieraat vastaan, opiskelijat johdattavat heidät etukäteistilaisuuteen luokkaan 1219. Opiskelijat myös kaatavat ja tarjoilevat alkumaljat. Lasit jaettaisiin luokan oven ulkopuolella.

5 VIP-tilan sisustus

Opiskelijat varaavat Hannu Hyttiseltä (talon isäntä) 1 viikko aikaisemmin pystypöydät tilaan. 2 miestä kannattaa varata hoitamaan tehtävä. Pöytien asettelu voisi tapahtua keskiviikko-aamuna tai jo tiistaina illalla. Irmeli hoitaa kukat, jotka tilataan Amicalta.

6 Narikka

Kutsuvieraille on oma narikka. Ulko-ovien narikkaa tullaan hyödyntämään, laitetaan nauha narikan eteen ja yksi opiskelija valvoo narikkaa. Vieraat saavat itse viedä takkinsa siihen ja noutaa ne. Markku Koponen tulee ainakin lähtemään heti ja osa muistakin tulee lähtemään pian.

7 Auditorion varaus

Auditorio on varattu koko päiväksi, joten nimikyltit yms. vesilasit voi ajoissa laittaa paikoilleen.

8 Minuuttiaikataulu

Opiskelijoiden tulee luonnostella minuuttiaikataulu paneelin ja VIP-tilaisuuden ajalle siitä missä kukin opiskelijoista on siitä lähtien kun ensimmäinen vieras tulee paikalle.

9 Sähköinen ilmoittautuminen paneeliin

Elina Paasi on tehnyt sähköisen ilmoittautumisen Etaikaan, Irmeli laittaa sähköpostilla linkin siihen opiskelijoille ja eri sähköposteihin, jotta voitaisiin testata linkin toimivuus. Sähköiseen ilmoittautumislomakkeeseen muutettiin kellonaikaa, kirjoitettiin linkin yläpuolelle kehoitus koodin kopioimisessa. Mietittiin myös koodin muuttamista helpommin muistettavaksi, tätä ei kuitenkaan toteutettu koska olisi ollut liian hankalaa. Ilmoittautumissähköposti lähetetään no replyna osoitteesta info.asto@haaga-helia.fi. Päivi lähettää viestin verkostoillensa saatekirjeen kera. H-H mainostaa linkkiä etusivuilla. Pyritään toteuttamaan esim. taulukko, mihin jokainen kirjaisi ylös, kelle ilmoittautumislinkki on lähetetty, jotta välttyttäisiin päällekkäisyyksiltä.

Muista markkinointikanavista vastaa Tiia.

10 Kyltit

Kyltit neuvovat Auditorioon ja vessoihin, jos niihin ei ole sillä hetkellä kylttejä. Opaste paneeliin voisi olla myös pääovien ulkopuolella. VIP-tilaisuuteen ei tarvitse opasteita, koska opiskelijat näyttävät tietä. Opiskelijat tekevät kyltit koneella ja tulostavat ne, Irmeli voi päästää opiskelijat kopiohuoneeseen tulostamaan, jotta opiskelijoiden tulostuskiintiötä ei menisi. Kylttejä ei laminoida. Opiskelijoiden tulee selvittää, onko talolla telineitä kylteille.

Viikkoa aikaisemmin tarkistetaan kylttien paikat Irmelin kanssa. Auditorioon tulee myös katsoa panelistien nimikylttien sijainti ja heidän istumapaikat.

11 WC:t

Vieraat ohjataan 1200-käytävän päässä oleviin vessoihin ja mahdollisesti Bistron vessoihin. Ainakin 1200-käytävän vessoihin on tällä hetkellä opasteet. Vessojen siisteys ja hygieniataso kuitenkin arveluttaa, joten jonkun tulisi ottaa siivouspalveluun yhteyttä.

12 Ulkotulet

Päivi ehdotti ulkotulia pääovien viereen. Irmeli tarkistaa, onko mahdollista.

13 Opiskelijoiden vaatetus

Opiskelijat pukeutuvat Business lookiin, esimerkiksi tummiin, siisteihin vaatteisiin ja saavat H-H:lta vihreät huivit, joiden avulla kokonaisuus on yhtenäinen.

14 HSO Reward 2012

Palkinto jaetaan paneelin yhteydessä ja se on jaettu jo vuodesta 2007. Palkinto jaetaan sellaisille tahoille tai ryhmille, jotka edesauttavat koulutuksemme näkyvyyttä. Palkinnolle halutaan enemmän painoarvoa. Päivi ja Irmeli keskusteleivat vielä siitä, millainen painoarvo palkinnolle annetaan sähköisessä kutsussa. Mahdollisesti konsultoidaan myös Salla Huttuselta.

15 Opiskelijoiden määrä paneelissa

Eeva-Kaarina kutsuu yritystilaisuuden järjestäminen –kurssin opiskelijat paneeliin. Heitä on noin 60-70, josta mahdollisesti osallistuu noin puolet. Tällä hetkellä opiskelijakiintiö on 50, johon kaavaillaan lisäpaikkoja 20. Paneeliin osallistuminen on vapaaehtoista kurssilaisille, ja muut asiasta kiinnostuneet voivat osallistua.

16 Kokousmuistio-käytäntö

Jokaisesta kokouksesta opiskelijat tekevät vuorotellen muistion, joka sitten lähetetään muille opiskelijoille, Irmelille ja Päiville.

17 Panelistien lahjat

Pohdintaa siitä, tulisiko panelisteille antaa lahjaksi kukat vai lahja. Kävimme tarkastamassa H-H:n liikelahjatilanteen. Mahdollisesti panelisteille annetaan 2 kynttilänjalkaa. Opiskelijat pakkaavat lahjat H-H:n paperiin.

18 Nimikyltit

Opiskelijat tekevät nimikyltit ja saavat Irmeliltä nimikylttien pidikkeet. Käytetyille nimikylteille tulee laittaa oma laatikko aulaan.

19 AV ja viestiseinä

Markus hoitaa AV-infon opiskelijoille. Infossa käydään läpi laitteet, valot ynnä muut.

Pitää selvittää vielä tarkemmin, mitkä AV-laitteet meidän vastuulla. Paneeliin tulee viestiseinä, johon voi twiitata viestin ja/tai laittaa tekstarin. Tämä on pilottihanke, viestiseinää tullaan käyttämään kahdessa tapahtumassa ennen paneelia. Viestiseinälle pitää todennäköisesti hankkia moderaattori ulkopuolelta, Päivi ei osaa ja Salla ei kerkeä toimiessaan paneelin puheenjohtajana. Moderaattori päättää, mitkä viestit ja missä järjestyksessä pääsevät viestiseinälle. Yleisössä kierrätetään lopuksi myös kahta mikrofonia, molemmin puolin salia.

20 Ohjelman läpikäynti ennen 12.12.

Ohjelma käydään läpi kaikkien kanssa, joko ma 10.12. tai ti 11.12.

21 Video- ja valokuvaus

Ari Nevalainen (markkinointiviestintä) hoitaa videokuvaajan paikalle, Tiia selvittää hoitaako Ari kokonaan kuvausjärjestelyt. Av-laitteiden paikat tulee tietää etukäteen. Päivi kysyy paneelin jälkeen panelisteilta, saako videoitua materiaalia laittaa esim. Youtubeen. Tiia tekee paperisen lupalapun. Lupa videomateriaalin käyttöön tutkimustarkoitukseen on jo saatu.

Leena Salmi tiedotuksesta hoitaa valokuvauksen.